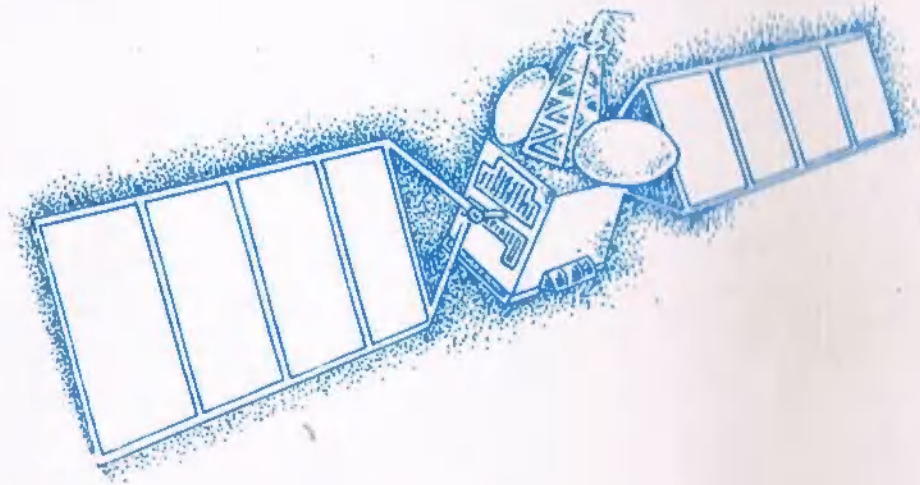


لعياضي نصر الدين

مسألة الإعلام



نشر

لعياضي نصر الدين

مسألة الإعلام



5000 ر.د

مسألة الاعلام

مقدمة

هذه الاوراق المتواضعة تحمل تساؤلا كبيرا حول الاعلام .
ظهر بعضها في صفحات المجلة الشهرية «المسار المغربى» التى
تصدر في الجزائر ، وبقي بعضها الاخر يتحين فرصة
الظهور .

والآن ، بعد تزايد وتيرة التغير على المستوى الوطنى والدولى
في عدة ميادين ، خاصة ميدان الاعلام . تبدو هذه الاوراق
وكانها غير مجارية ، او مواكبة لسرعة هذه الوتيرة ، لانها في
مجملاها كتبت في فترة متقطعة خلال سنتى 1988 - 1989 ، وفي
سياق لم تظهر ملامحه بالشكل الذى بدأ يفصح عنها الآن .
لكن ، اعتقد انها لا زالت تحمل قدرا كبيرا من الطراوة
والنضارة . لانها تدعو قطاعا واسعا من الجمهور للاطلاع على
بعض القضايا التى يعيشها الاعلام او تلك التى يطرحها . والتى
لم تلغها التطورات الاخيرة في الساحة الاعلامية ، بل رسخت
مشروعية طرحها .

انها تحمل طموح المساهمة في النقاش الذى لم يهدأ . والدائر
حول اشكال تطور انماط الاتصال في العالم وغايته ، سواء
على مستوى الدول المتحكمة / المحتكرة لانتاج وسائط الاتصال

حقوق النشر محفوظة
للمؤسسة الجزائرية للطباعة

رقم النشر 153 A 91

ايداع قانونى : السداسى الاول 1991

ومحتوياتها • أو على مستوى الدول المستهلكة لها • كما أنها تدعو الى ضرورة مراجعة الممارسة الاعلامية في الجزائر •

اذن ، هذه الاوراق مفتوحة على حرقه التساؤل حول محورين بارزين • وهما :

المحور الاول :

الانفجار الرهيب في وسائل الاتصال الحديثة التي «ثورت» أشكال التواصل الاعلامي والثقافي • ومشهدت حياتنا الطافحة ، وسقتها بالترفيه والخدمات والاعلام والتأطير الفكري • رسم مواقف متباينة ، بعضها جند لتميز حركية الاستقطاب والتجانس الثقافي والاعلامي الذي افرزه الاندماج والتمركز في ملكية الوسيلة الاتصالية التي اخترق نشاطها الحدود الجغرافية واللغوية والثقافية • وبعضها الآخر تقاسمه الحذر ، والتخوف من الغد الثقافي • دون أن يحدد أشكال التدخل لفرض الذات بكل تنوعها وخصوصياتها •

لقد كان التساؤل منصبا في هذا المحور حول الدوافع التي تتحكم في ميكانيزمات تطور انماط الاتصال ، وفي تنوع الاداة المجددة له • والتي تبشر في وقتنا الحالي بنوع من النزوح نحو الفردانية في الاستهلاك الثقافي ، خاصة السمعي / بصرى • وفي معالجتنا لهذا التساؤل حاولنا الابتعاد عن الفهم البسيط الذي يقدم تصورا جاهزا واجابة واحدة للمستجدات في اداة

الاتصال أو في مضمونها مثل : الضرورة التكنولوجية ، وضرورة التحديث أو العصرية ، وتوجهنا للعثور على عناصر للاجابة الى التمهصل الذي يحدث بين ما هو اقتصادي وسياسي وثقافي •

المحور الثاني :

المخاض الكبير الذي تعيشه الجزائر اليوم ، والذي لم تتحدد سماته بعد ، يستند الى المراجعة والتغيير • مراجعة الذات ، ومراجعة الانجازات ، التي يزيكها التدافع الاجتماعي لتثبيت مشروع مجتمع يتجاوز الصعوبات العديدة ويلبى الطموحات ، ويأخذ بعين الاعتبار التحولات العاصفة التي ظهرت في الكون مؤخرا •

اذا كان هذا المخاض قد فتح الابواب على مصرعيها لتغيير الفعل السياسي ، فانه يبشر بتغيير الفعل الاعلامي • وفي مساءلتنا لهذا الفعل الاخير ، ابتعدنا عن الشروط السياسية والقانونية التي نعتقد انها ضرورية وملزمة لتغييره • والتي حسم بعضها قانون الاعلام الصادر في افريل 1990 • نذكر منها : تعدد الملكية الاعلامية ، وتعدد المضامين الاعلامية التي تعكس بهذا الشكل أو ذاك التنوع في الفكر والرأي الموجود في المجتمع ، وتحرير المؤسسات التي رشحت لاداء خدمة عمومية ، من كل اشكال التأثير أو الضغط الذي تمارسه الحكومات المتعاقبة او المنظمات السياسية أو رأس المال •

اتصال واحد و اغراض متعددة:

ام تعد وسائل الاتصال الجديدة قطعة من ديكور افلام
الخيال . بل أصبحت حقيقة تعيشها الدول المتقدمة منذ
سلوات ، حقيقة تغرى وتستفز ، وفي استغزازها هذا تقف
« الدول النامية » موقفا يتقاسمه الاندفاع/ الانجراف .

والخطر/ الخوف .

بين الافتتان والخطر توجد مجموعة من الحقائق والوقائع
التي تسعى هذه الدراسة الى طرحها على بساط المناقشة .

ان الاتفاق حول مقدرة وسائل الاتصال على قهر
المسافات والزمن ، كان منطلقا لتباين وجهات النظر حول طبيعة
التغيير الذى تحدثه والمهام التى تتجزها . ان الذين لم يتمكنوا
من اخفاء انبهارهم بوسائل الاتصال الشخصى التى كانت
سائدة فى مطلع هذا القرن — خاصة الاذاعة — أكدوا بدون
تحفظ على اقتراب موعد الوحدة السياسية داخل الدولة
الواحدة « توجد الان عناصر للتقرب من الوحدة السياسية
بلفس الدرجة التى كان يمكن أن تحدث فى يوم ما فى أى حى من

هنا ، تكشف وسائل الاتصال عن نفسها وعن مقدرتها على تجسيد ما لم تفلح فيه الوسائل الاتصالية السابقة : تجسيد الطموحات، وتدشين بداية اعلام واتصال بديل .

لهذا ، يجب أن نستغرب لما نجد صورة الوسائل الجديدة للاتصال مقرونة بصورة المعاصرة والحرية والتي ستحقق بمجرد تحرير المتفرج ، و « استرجاع » ارادته في اختيار البرامج والحصص الاعلامية المختلفة باختلاف عدد قنوات وسائل الاتصال .

ان الاصرار على ربط الحرية ، بالتكنولوجيات الجديدة في الاتصال ، يبعث على التساؤل : هل يمكن الاقتناع بسهولة أن الممارسة الاعلامية والنشاط الاتصالي الذي تراكم خلال قرن في ظل المذهب الليبرالي لم يصل الى منح الحرية لجمهور وسائل الاعلام ؟ فاضطر للاستجداد بوسائل الاتصال الجديدة القادرة لوحدها على تحقيق الحرية الغائبة ؟

ان عمق السؤال يحتاج الى الانطلاق في التفكير على مستويين :

المستوى الاول :

ان التشابه في المواد الاعلامية ، وانساقها مع المعادلات القائمة في المجتمع — الاقتصادية والسياسية — أفرز نوعا من الرقابة والمثل لدى جمهور وسائل الاعلام وحفز المطالبة بالتغيير . فتغيير القناة التوصيلية (البث المباشر بالاقمار

الصناعية ، البث بالاليف البصرية أو الكابل) بدون تغيير المضمون الموصل ، لا يستجيب مع الغرض الذي حرك مطلب التغيير ، ومعنى هذا أن الفعل التغييرى لا يقع على عاتق الوسيلة / الجهاز التكنولوجى / بل يرتبط في علاقة وطيدة بالمحتوى ، وكل تغيير في المحتوى الثقافى/الاعلامى يقتزن بهذا القدر أو ذاك بحركية التغيير الاجتماعى . ومن هنا تتجلى الحقبة التى ترى أن حرية الجمهور مرهونة بالتغيير فى المجتمع ، أكثر من ارتئانها باستبدال الوسيلة الاتصالية أو بالتطورات التكنولوجية والابتكارات التقنية .

المستوى الثانى :

ان الانفلات من « طغيان » منظومة الوسائل الاتصالية « القديمة » ، واللجوء الى اختيار الوسيلة المفضلة من بين الوسائل الجديدة المعروضة لا تعنى الحرية . وذلك لان القاسم بالاتصال غير المرغوب والمغيب للحرية ، يظل هو نفسه فى وسائل الاتصال الجديدة المرجوة والتي رشحت لتحرير الجمهور ، كيف ذلك ؟

لما أقدمت شركة فيليبس على انتاج الفيديو ديسك تساءلت من كمالية سد طلبات وحاجيات هذا المنتج الجديد ، فاتجهت مباشرة الى الشركة السينماتوغرافية الامريكية « أم.س.ا » بالبريسال « فتحالفت معها من أجل التصرف فى قدر من أرشيفها الفيلمي والذي يبلغ 10 آلاف فيلم (5) .

هذا المثال يضيق مجال المقارنة بين الحرية في الاتصال والثقافة و « التحررية » ، فتصبح هذه الأخيرة ، استهلاك المادة الثقافية/ الإعلامية عبر وسائل اتصال قديمة . أما الحرية ، فهي استهلاك نفس المادة عبر عدة وسائل اتصال جديدة .

لو ابتعدنا قليلا عن حرفية هذا المثال ، لوجدنا أن الحرية المتوخاة من الوسائل الاتصالية الجديدة لا تطمح الوصول الى المستوى العميق المشار اليه آنفا ، بل انها تقتصر على فتح المجال لاختيار الوقت المناسب لاستهلاك المواد الثقافية التي كان يستهلكها عبر القنوات والوسائل القديمة ، ومن هنا ندرك أن الوسائل الجديدة للاتصال لا تعنى محتوى جديدا للاتصال .

لعل الحرية التي تنتشدها وسائل الاتصال الجديدة لا تنحصر في اختيار وقت استهلاك المادة الإعلامية فقط ، بل تتعداها للمكانيات التي تتمتع بها والتي تسمح باشتراك الجمهور في عملية الاتصال ، وهذا الشيء لم ترق اليه الوسائل الاتصالية السابقة رغم اجتهادها في ادخال برامج الحوار والمناقشة ، واللقاءات المباشرة مع الجمهور . ان اشتراك الجمهور في الاتصال ، عامل أساسي في رفع مردودية العملية الاتصالية ، أشار اليه الكثير من المختصين في نظرية الاعلام ، وفضل وسائل الاتصال الجديدة يكمن في الطموح « لتثوير » مشاركة الجمهور الى درجة يتجسد فيها التواصل المزدوج والذي يحل محل الاتصال العمودي الذي كان سائدا من قبل في وسائل الاتصال « القديمة » .

هل يمكن أن نودع الاتصال الجماهيري الذي رسخ الاتصال العمودي ، ونستقبل وسائل الاتصال الجديدة القادمة لتتحدث في « الشخصي أو الذاتي » في ظل عملية التواصل المتبادلة/ المزدوجة ؟

في الوقت الذي تسير فيه المؤسسات الاجتماعية والادارية نحو المركزية بخطى سريعة ، يرافقها اندماج عدة مؤسسات ووسائل اعلامية ، فلا غرابة اذا كان الاتصال الموعود يستند الى المشاركة بحثا عن تبرير وتثبيت جماهيري للاتصال العمودي ، لقد زاد التخوف من النموذج الاتصالي في ظل التطور التكنولوجي اكار من السابق .

فطلق عمال احدى وكالات الانباء الكبرى (وكالة الانباء الفرنسية) من ادخال الاعلام الالى الى العمل الصحفي ، لا يمكن انكاره ، لانه يشير في جملة ما يشير ، الى اضرار تنميط الاعلام ، والذي يبشر بنشابه وتجانس الصحف ويبحث على الخشية من قدوم اليوم القريب الذي يصبح فيه للفرنسيين « جريدة واحدة » معززة بنترات من الانباء المحلية (6) .

واو نظرنا الى ما هو أبعد من وكالة الانباء ، لوجدنا القلق يهدد أكثر من دولة ، ليصبح ملازما لوسائل الاتصال الجديدة ، لان بدرجات أقل من ملازمة الافتتان بها . فهذا وزير الاتصال السوفياتي السيد جيبوكا ، لا يشك في الاتصال المتبادل/ المزدوج فحسب ، بل يحذر من عواقب هذه الوسائل الجديدة والتي يقول عنها أنها تنمط الثقافة بصورة طبيعية ولصالح المهيمنين (7) .

بعض الكتابات المتسارعة تبرز المستقبل في شكل براق وزاهر ، فالعمل يصبح سهلا وممتعا ، فالاعلام الالى سيزيل عنه الاتعاب ويجعله لامركزي ، فيصبح بالامكان القيام بنفس العمل في المنزل وأن تشتري كل ما تستحقه وأنت في البيت ، وتتوقف حرية اختيار المادة الاعلامية/ الترفيهية على الضغط على مجموعة من الازرار فقط . وهكذا تستيقظ البشرية وهي متحررة من أدران ومتاعب العمل ، لتتقاسم الاعلام والثقافة المتنوعة والترفيه المناسب بالاقدار المستحقة ، وفي الاوقات المرغوبة ، ويختزل هذا المستقبل تارة في « الثورة الاتصالية » وطورا في « الحضارة الالكترونية » فمن يملك قدرة مقاومة اغراء هذا المستقبل « الباسم » ؟ ومن يستطيع الامتناع والترفع على منافع هذه الثورة/ الحضارة ؟ ان المسألة لا تقف عند تحديد المعارضين والمتقبلين لهذا المستقبل ، بل تتعداها الى مستوى آخر .

تخفى « الثورة الاتصالية » الوضع الاتصالي القسائم في عدة دول لتبشر بالمستقبل ، فتساوى بين مستويات الاتصال في الدول المتقدمة بين بعضها البعض ، وبينها وبين الدول « المتخلفة » . فالمستقبل لن يكون سوى الحاضر في حالته المتقدمة ، فاذا كان حاضر الاتصال ضعيفا ومهترئا ومتخلفا ، فان تراكم الضعف والتخلف لا تبشر مطلقا بمستقبل مغاير للحاضر ومن هنا يتجلى أن « الثورة الاتصالية » تدفع الاعناق لتشرئب الى المستقبل « الوردى » وتنسى بؤس الحاضر . وهكذا يتم تبرير التفاوت في تطور الاتصال ، ويشجع توجه

وسائل الاتصال نحو التمرکز بفعل ما تتطلبه التكنولوجيات المتقدمة من أموال واستثمارات .

ما دامت وسائل الاتصال الجديدة موجودة في حاضرننا وانست حبيبة تخمينات المستقبل ، لنوجه نحوها مباشرة : وسائل من العوامل التي أنتجت والتي دفعتها للتطور وبعبارة أخرى يمكن أن نتساءل قائلين : « هل أن تطور هذه الوسائل يوافق على سعيها واجتهادها الذاتي في التكيف والتلائم مع الحاجة للاتصالات المتزايدة والمتنوعة قصد اشباعها ؟

بالنفس التفكير العميق في هذا السؤال ، العودة الى أرض الواقع قصد فهم هذين المثاليين المأخوذين من صلب الحياة في الدول التي بدأت تترسخ فيها هذه الوسائل :

المثال الاول :

بعد الانتشار الواسع لراديو الارسل والاستقبال بين سائقي السيارات ، حيث وصل الى 25 مليون جهازا في الولايات المتحدة الامريكية سنة 1977 ، انخفض هذا العدد ، ولم يعد الجهاز الاشكلا من أشكال اللهو والتسجية ذات الطابع الهامشي والطرفي (8) .

المثال الثاني :

بدأت المناطق التي أدخلت التلفزيون الجمعي أو المشترك الكون نقص اهتمام الجمهور ، وانصرافه الى التلفزيون

« الكلاسيكي » • ويهدف التلفزيون الجمعي كما هو معروف الى اشتراك المشاهدين العاديين في تنشيط الحصص والبرامج لتصبح من « الجمهور واليه » ، فتحقق حالة من وحدوية منتج الاعلام والثقافة ومستهلكيها :

« في نورمندن » ، مهد الكابل التلفزيوني الكندي ، تم القيام بتجربة قصد اراحة التلفزيون الكلاسيكي من كرسى العرش ، لتحلله البرامج والحصص التي يشارك في انجازها الهواة ، لكن النتيجة كانت مؤسفة في مجملها وعاد الجمهور بسرعة الى برامج القنوات التلفزيونية « القديمة » (9) •

ألا تدل الحقائق التي يعرضها المثالان السابقان على خلل معادلة الحاجة للاتصال والقنوات التي تكفلت بتلبيتها ؟

ان الرد الحاسم بنعم أو لا على هذا السؤال يطمس آفاق البحث عن عوامل تطور وسائل الاتصال الجديدة ، لذا يجب فحص ما يلي بكل حذر :

(1) ان الحاجة لا يخلقها العدم ، بل تتدخل مجموعة من المعطيات الاجتماعية النفسية والجمالية لانتاجها ، وهذا ما يعسر الجهودات النظرية الساعية لضبطها ، ويفتح الابواب على مصراعيها أمام التيار التبريري للنشاط الاعلامي الذي يدعى أنه يسد قائمة غير محدودة من الحاجات التي يقول عنها أنها كائنة لدى الانسان/ المتفرج • والحاجة الواحدة قد تخلق وسيلة واحدة أو عدة وسائل لتلبيتها وتبقى مسألة التناسب بين الحاجة والوسيلة أو الوسائل المرشحة لتلبيتها ، متوقفة على مجموعة

من الاهتمامات لعل أهمها يتمثل في القوى (المالية/ الاجتماعية/ السياسية) التي تقف وراء هذه الوسائل والعلاقة التي تنتجها في حركتها (علاقة تقاطع/ تلاقى ••• أو علاقة تعارض/ تضاد) •

(2) بين الحاجة للاتصال والاعلام وقنوات تلبيتها يوجد مجال من النشاط البشري الذي ينشد تطبيعهما ، أي أن مجموعة الممارسات تظل متداخلة لصقل وبلورة هذه الحاجة ، أو في أحدهما وكبتهما •

ماذا لو حاولنا الابتعاد عن المجال النظري لهذه الحاجة الاجتماعية ، للاقترب من استجلاء العناصر المحددة للاطار الذي يعزز فيه موقع هذه الوسائل الاتصالية الجديدة فأننا نمار على :

— ادراك مستوى تطور الوسائل الاتصالية القديمة ، الذي تميز بالنشبع والاختناق ، هذا التطور الذي حفز الحركة عبر تجاوز هذا المستوى وفق أفقين وهما :

الاول الاول :

ان تشبع القنوات الحاملة المصنعة للمادة الاعلامية والتفاهية قد استدعى الاستنجا بالابتكارات التكنولوجية من اجل تقديم أكبر قدر من المواد الاعلامية / الثقافية في أقصر وقت • ويملك مثل هذا التوجه كل الاهمية ، وسترتب عنه آثار

في المجتمع خاصة في ذاك المجتمع الذي تتحدد فيه مثل هذه المواد بقيمتها التبادلية أكثر من قيمتها الاستعمالية .

لقد وصلت صناعة وسائل الاتصال الى حالة من الاختناق كاد أن يهدد مستقبل تطور الشركات التي تصنعها . فعلاج هذا الاشباع وتجديد حركة الشركات ، والاستحواذ على أسواق جديدة لا تتم الا باقتراح قنوات ووسائل جديدة متميزة عن سابقتها . فهل يمكن أن نتصور مستقبل صناعة التلفزيون ذي الدقة العالية في ظل غياب السعى الحثيث لتعميمه في العالم ، هذا التعميم الذي يقدر بـ 600 مليون جهاز تلفزيوني ؟ علما أن هذا التلفزيون يقترح تقنية متميزة وجودة عالية .

ساهمت صناعة وسائل الاتصال الجديدة في اعادة هيكلة القطاع الاقتصادي فأصبحت الصناعات الالكترونية ، والاعلام الالى تحتل مكانة هامة في اقتصاديات الدول « المتقدمة » بعد أن كانت هذه المكانة محتكرة من طرف الصناعات التحصيلية ، وصناعة الصلب والحديد ، والميكانيك والكهرباء . ففي الولايات المتحدة الامريكية ، توجد حوالى نصف اليد العاملة (50٪) في القطاعات ذات العلاقة بالاتصال والاعلام ، وفاقته نسبتها في فرنسا 35٪ .

هذا التحول / التوجه في الاعتماد على القطاعات الاقتصادية « الجديدة » يفصح على أن استمرارية التطور الاقتصادي تتوقف بهذا القدر أو ذاك على مقدرة القطاعين (الالكترونيك والاعلام الالى) في احداث عملية تراكم لرؤوس الاموال وهذا ما شرعت فيه صناعة وسائل الاتصال الجديدة .

« لقد تم استثمار مليار دولار في التلفزيون الكابلي في الولايات المتحدة الامريكية ، وسيتمس 10 ملايين بيتا . وبلغ رقم أعمال المحطات المكلفة به 500 مليون دولار سنة 1974 . وما يلفت الانتظار أكثر هو هذا البروز الاستعراضى للعباب الفديوي ، والتي بلغ رقم أعمالها في الولايات المتحدة الامريكية 100 مليون دولار سنة 1977 . وفي ألمانيا الاتحادية يأمل صناع التلفزيون الملون بيع 150 ألف مليون تلفزيون على الاقل بفضل ألعاب الفيديو » (10) .

هذه الحركية التي يعرفها هذا القطاع ، ستفقد حرارتها ، ويهدد معها وسائل الاتصال الجديدة موقعها المنتزع ما لم تعمل على ملل الادوات المشكلة لاسواق جديدة والتي تتجاوز حدود الدول « الصناعية المتطورة » .

— لا يوجد أى خط للتماس بين الاشهار ووسائل الاتصال الجديدة ؟

لقد عانى الاشهار هو الآخر من الاختناق الذي كانت تفرضه وسائل الاتصال « الكلاسيكية » بعد أن استنفذ طاقتها التوسيلية ، خاصة التلفزيون الملون الذي أستقلت كل أوقاته التي تسمح بلقاء الجمهور المختار .

كانت فترة البث التلفزيونى الصباحية تغرى أكثر من زمان ، لأن : « طموح أغلب المعلنين هو أن تصل رسالتهم الى الناس وهم يستمدون للذهاب الى العمل ، في وقت الغسيل والجمول والتزيين ، في وقت فطور الصباح . فتقام العلاقة

الفورية بين المنتوجات المعلن عليها وبين هذه النشاطات اليومية » (11) •

واليوم ، سترداد ضراوة المنافسة بين المعلنين في أرضية جديدة — أرضية وسائل الاتصال الجديدة التي تعرض فرصا أكثر للاشهار وامكانيات أحسن • فالبيت التلفزيوني بواسطة الاقمار الصناعية المباشر سيقدم جمهور أكبر للمعلنين (300 مليون مشاهد عبر القمر الصناعي الالمانى الغربى ت ف سات) ويقدم التلفزيون الكابلى من جهته عددا أكبر من القنوات تبث عدة برامج لجمهور يمكن معرفته مسبقا (مجموعة من الاختصاصيين ، جمهور معين ...)

كما أن النظم الجديدة من الفيديو تكس والتي تقيم الاتصال في اتجاهين (بين المعلن والزبون) بفضل الشبكة الهاتفية والعقل الالكتروني تسمح للمعلنين بتصويب وتحديث نصوصهم الاشهارية بسرعة وهذا حسب حركية السوق • كما أن قدرتها على تخزين النصوص تقتزن بامكانية اظهارها مرة ثانية وثالثة دون أن تكلف المعلنين مصاريف اضافية ، وأخيرا تمكن المعلنين من الاطلاع على ردود الفعل ازاء النصوص الاشهارية (12) • وهذا هو الشيء المفقود في الوسائل الاتصالية السابقة •

هذه النقلة النوعية في تقديم الاشهار والتي تبشر بقياس الزبون / الجمهور بمساعدة المعلنين في توجيه اعلاناتهم لن تنم بدون أن تطرح مسائل أخرى تتعلق بالجانب الثقافى / القانونى

أصبحت تلح على ضرورة اعادة النظر في شكل وموضوع الاشهار ، لما غلطة من أجل ادماج النصوص الاشهارية مع بقية البرامج الدرامية والاخبارية •

إن الجسم العملى لهذه القضية التي يطرحها الاشهار ، هناك انارما على وسائل الاتصال الجديدة ، طالما بقيت هذه الوسائل ماضعة لضغط المعلنين •

ما هي العلاقة بين الصناعات العسكرية وصناعة وسائل الاتصال الجديدة ؟

لا يوجد أى رابط بين الاقمار الصناعية المدنية (الخدمات الهاتفية ، البث الاذاعى والتلفزيونى ، الرصد الجوى) وبين الاقمار الصناعية العسكرية (الملاحظة العسكرية ، الانذار بالهجوم ، اكتشاف عناصر الجغرافية العسكرية) •

إن العلاقة موجودة فعلا ، وما الخلاف الا في تحديدها • ففى الخمسينيات من الجانب التكنولوجى فقط ، بينما فى الستينيات من الجانب الاخرى فى المستوى الذى حددتها الشركة السابق لشركة الالكترونىك تومسن • س • أس • ما قال : « أن الثورة الالكترونية الحالية لم تكن ممكنة بدون الاستثمارات العسكرية » (13) •

إن الاستثمار المشترك من أجل صناعة وسائل اتصال عسكرية / مدنية (العسكرية) لم تمله النزعة التنافسية للتخفيف من تكاليفها المالية ، بل فرضه منطق التطور المستمر للشركات المنتجة لهذه الوسائل ، وما اندماج شركة « راس » الفرنسية المختصة فى الصناعات العسكرية مع شركة

« هاشيت » الفرنسية المكلفة بالانتاج والتوزيع الثقافى الا
مؤشرا على هذا المنطق • ولا يوهم هذا الاندماج بتقاطع ظرفى
بين الاغراض العسكرية والمدنية بل يؤكد على التكامل والتداخل
بين المالى والثقافى • وبين المدنى والعسكرى لتحقيق أهداف
مشتركة في عصر الاستراتيجيات الكونية •

ان النشاط الاقتصادى الذى سارع في التوجه نحو
المركزية ، لم يرافقه استقطاب اجتماعى / سياسى • بل وسع
من رقعة مقاومته • وعجزت وسائل الاتصال الكلاسيكية عن اعادة
النظر في التقسيم الوظيفى لوسائل الاتصال في مجملها
وتسخيرها لتحقيق الاستقطاب المفقود ، ولشمل حركة مقاومة
المركزية :

« بادخال العقل الالكترونى الى كل بيت ، وبالنشغيل
الكامل للامواج » والكابلات « بحجة توفير الخدمات الاكثر
تنوعا لكل واحد والتي تسمح بالترفيه أكثر ، تقوم السلطات
بملء كل الوقت الذى يمضى خارج المكتب أو المصنع ، فتمسك
كل مواطن في كل لحظة لتبقيه في مجال رؤيتها » (14) •

هذه العوامل ترسم في تفاعلها خط تطور وسائل الاتصال
الجديدة ولا بد من التنبيه مسبقا بأن هذا الخط لن يكون شديد
التماسك ومستقيما • فهو عرضة للانقطاع والتواصل ، للتوقف
والاستئناف • وهذا ما بدأت تفصح عنه بشكل محتشم الكتابات
المبكرة والمقيمة للتلفزيون الكابلى على سبيل المثال والتي تبعث
على التحفظ من المراهنة على التطور السهل لهذه الوسائل (15) •

الدول النامية : بين الاغراء والحذر :

ان تأثير وسائل الاتصال الجديدة على الدول النامية يصعب
تحليله ، خاصة لو كان الانطلاق من امكانياتها وقدراتها النظرية
والتي انتهت في النهاية عند الطموحات المفترضة والتي توضع على عاتق
وسائل الاتصال : سيكون التحديد قريبا من الصواب لو كان تابعا
للحالة الواقعية للتجربة الاعلامية والاتصالية التي خاضتها
هذه الدول •

في غياب امتلاكنا لكل المعطيات التي تؤهلنا لتقييم التجربة
التي سنفقها بتقديم بعض العناصر التي ستساهم في
التمشيق حول وسائل الاتصال الجديدة : هل أن وسائل
الاتصال القديمة ، قد تغلغلت في أوساط الجماهير في الدول
النامية ، وأصبحت وسائل اتصال جماهيرية فعلا ؟ ان الكتاب أو
الجريدة على سبيل المثال ما زالت محتكرة من طرف نخبة
الاجل في هذه الدول ، ولا يخفى على أحد عمر الجريدة الذي
يعتبر بالقرن ؟ هذه الحقيقة التي تثبت حجم تخلف الدول
النامية في تجديد باستمرار خاصة في ظل التطور العاصف في
تكنولوجيا الاتصال • ومن لم يصدق فيستمع للباحث الهندي
د. ر. غافن وهو يتساءل هل أن وسائل الاعلام
في الهند جماهيرية بلاده • فإذا كان عدم انتشار الصحافة
في كل أرجاء البلاد يجد تبريره أساسا في الظروف
الاقتصادية التي تتميز بها الهند • فما هو حال التلفزيون ، فهل
هو حقيقة قطعة من أثاث البيت التي لا تلفت النظر : « في
الريفية — في الهند — لو امتثلنا عددا من العائلات

الثرية ، فانه من غير المعقول أن نعثر على الاشخاص الذين يملكون أجهزة تلفزيون في بيوتهم » (16) .

ان وضع الهند الاعلامى أحسن من غيرها ، لانها تملك طاقة لانتاج المادة الثقافية السمعية - البصرية ، ولانها مالكة للمقر الصناعى للبث التلفزيونى ، فهل استطاعت حقيقة أن تنزع كل مواطن من عزلته وتغذيه بالاعلام والثقافة ومعرفة الحياة : « ... ان وسائل الاتصال المعاصرة تعكف أساسا على اعلام وترفيه الحضر وسكان الريف الاثرياء . ولم تقم الا بدور هامشى كوسائل ناقله للتربية غير المدرسية الموجهة الى تحسين الظروف المادية ورفع نوعية حياة الجماهير الريفية » (17) .

ألا يدفعنا هذا المثال الى الاعتقاد بأن الاتصال ليس ظاهرة تكنولوجية فقط ، بل انها ظاهرة اجتماعية ، وتحتاج الى عدة فعاليات اجتماعية : رفع مستوى الدخل ، والمعيشة ، والتعليم ، والتجهيزات القاعدية .

لكن كان الاجدر بنا « أن نتحدث عن الهاتف ، قبل الحديث عن التلفزيون ، فهو بسيط من ناحية تقنيته وبسيط في تكاليفه سواء على مستوى الدولة أو الفرد ، فالهاتف الذى ظهر الى الحياة سنة 1876 ، لم يغط كل بقاع الدنيا ! ! حيث يوجد الكثير من أبناء العالم الثالث ممن لم يتمتعوا بخدماته :

« ... ان المعدل الدولى لأجهزة الهاتف هو 11/5 هاتف لـ 100 ساكن (...) ففى افريقيا يوجد 1/3 من أجهزة الهاتف

لـ 100 ساكن » بينما يوجد فى الولايات المتحدة الامريكية 36 جهازا لـ 100 ساكن » (18) .

لابد من الاشارة الى أن هذه الاحصائيات تحمل قدرا من التحايل على الواقع ، نظرا لعدم ذكر الخلل القائم بين منطقة وأخرى داخل الدولة الواحدة ، لان الخلل كبير فى الدول النامية فاحصائيات الاتحاد الدولى للمواصلات تؤكد على أن الهاتف ظاهرة حضرية . (أين وزن الحضر فى الدول التى يقال عنها أنها زراعية وريفية) .

أمام يؤس التخلف الاتصالى فى الدول النامية : تتراحم الاسئلة العملية « ما العمل ؟ : هل نترك الامور على ما هى عليه و « نلث » للالتحاق بالركب التكنولوجى : فنقيم شبكة الهاتف المزود بالصور « الفزيوفون » ، أم نقل أن عصر الهاتف قد مضى فلندخل مباشرة فى عصر « التليماتيك » هذه المنظومة التى يقال عنها أنها تطفح اعلاما .

إذا كانت بعض الوسائل « القديمة » مقتصرة على النخبة، ولم تتمكن من النزول الى الجماهير الواسعة ، ولم تستطع هذه لاختيرة أن تصعد اليها « فهل يمكن الاعتقاد بأن وسائل الاتصال الجديدة ستتجاوز هذا الواقع « وألا تساهم فى توسيع التفاوت الاجتماعى والثقافى ؟

ان الانفلات من التبعية التكنولوجية فى ميدان وسائل الاتصال ، لاتعنى الانفلات من هيمنة المضمون الذى تنقله هذه الوسائل : فدول اوروبا الغربية التى صنعت أقمارها الصناعية

واستغنت عن الخدمات الامريكية في مجال بحثها للفضاء سنة 1979 بعد أن أنتهت من صناعة صاروخها « أريان » لم تتمكن من تحقيق استقلالها من المادة الاعلامية الثقافية ، فلا زالت الاصوات محتجة على الافلام الامريكية في أكثر من بلد أروبي . بمعنى آخر : لو أستطاعت الدول النامية أن تلتحق بالركب التكنولوجي وتحقق استقلالها التكنولوجي . فهل تستطيع أن تذهب الى المستوى الاعلى وهو تحقيق استقلالها على مستوى المضمون الذي تتداوله هذه التكنولوجيات الجديدة؟ قبل الاجابة على هذا السؤال ، علينا بالعودة الى أرض الواقع مرة أخرى .

تدل الاحصائيات أن معظم الدول النامية لم « تتمكن » من تمويل تلفزيوناتها بأكثر من 40 ٪ بالانتاج الوطني . وأن البعض منها يعتمد على البرامج الاجنبية (أوروبا الغربية — أمريكا) بنسبة مخيفة حيث تقدر ما بين 80 ٪ و 90 ٪ (19) . هذه الحقيقة لاتبعث على فقدان شهية الحديث عن وسائل الاتصال الجديدة ، بقدر ما تحفز التفكير فيها بشكل جدى : ما هو الجديد الذى يقدمه البث التلفزيونى المباشر « أو الالياف البصرية ، أو الكابلات ما دامت تقدم الشيء الذى نشاهده فى التلفزيون « العتيق » ، تلفزيون الامواج الهريزية « ماذا يمكن الانتظار من التلفزيون الكابلى الذى يملك ما بين 30 و 40 قناة فى الدولة النامية التى تكاد أن تعتمد اعتمادا كليا على الانتاج الاجنبى من أجل تشغيل قنواتها التلفزيونية الواحدة والوحيدة لبضعة ساعات فقط ؟ لقد رد خبراء اليونسكو على هذا السؤال فى تقرير شون مكبريد بقولهم أنها تهدد « السيادة الثقافية » ،

و « التجانس » القومى ومضت بعض البحوث الى تحديد بعض أشكال هذا التهديد فوجدت تشخيصها : فى تغريب الحاجات الحقيقية ، وخلق أوهام اجتماعية ، وأبطال مزيفين ، وتحرير الثقافة من خلال الجنوح نحو المزيد من الترفيه والرعب والعنف (20) .

ونحن لاتهمنا هذه التشخيصات بقدر ما يهمنى الاطار الذى تتحرك فيه ، والذى نستطيع أن « نمسكه » من خلال العناصر التالية :

(1) تؤكد التجربة الاعلامية فى الدول النامية على تفاقم التناقض بين وطنية الوسيلة الاعلامية (صحف ، اذاعة ، تلفزيون) ، و « لاونية » المضمون الذى تقدمه « فالانباء والايخبار والمواد الثقافية والحصص العلمية ظلت دائما فى دائرة احتكار الدول المتقدمة » وضمن هذه الرؤية ، ستمساهم وسائل الاتصال الجديدة فى توسيع هذه الدائرة ، وتبعثر الجهود المتواصلة / المقاطعة فى سياق تراكمى من السعى لاعطاء مضمون فعلى وحقيقى لوطنية هذه الوسائل . ولا يمكن التفكير فى أى تعارض بين هذه المهمة وبين الانفتاح العلمى على الثقافات الاخرى .

(2) ان عدم وصول الوسائل الاعلامية لان تكون جماهيرية فعلا فى الدول النامية والتكاليف الباهضة التى تحتاجها الوسائل

الجديدة لتكون جماهيرية ، ستعمل على « قطع » الفئات التي تشكل جمهور هذه الوسائل من جذور تطورها الطبيعي .
وتصلها وفق التوجهات الثقافية السائدة في الدول المحتكرة للتكنولوجيات ولضامينها . اذن ستحدد خطورة التكنولوجيات الجديدة ، في تدخلها الواعي في خضم تصلب الفئات والشرائح الاجتماعية في الدول النامية ، وهي في طريقها الى التشكيل والتكوين .

(3) اذا كانت أهداف وسائل الاتصال الجديدة في الدول المتقدمة ، هو خلق الاستقطاب والتجانس الثقافي . فانها في الدول النامية تجنح لتكون موضوعا للتفاخر والتباهي ، وأيضا وسيلة لتمزيق النسيج الثقافي ، وبعث الالتجانس .

(4) عند ما نشير الى ضعف الانتاج الوطني في الوسائل الاتصالية ، فاننا نشير معه الى ضيق المجال للتعبير على الحقائق التي تعيشها الدول النامية « فالمادة الاخبارية الوطنية التي تحتل القسم الاعظم من المواد الثقافية / الاعلامية الوطنية تحتوي على قدر من التبشير والتهليل أكبر من الاعلام والاخبار . ولا نعتقد أن دخول الوسائل الجديدة في مجال الاتصال الى دول العالم الثالث سيدخل معه مادة اخبارية وطنية صادقة وعاكسة لحرارة الحياة الاجتماعية وجزئياتها .

ان الدول النامية لم تتمكن مع الاسف من امتلاك / التحكم في أي نمط من أنماط الاتصال والذي يسمح لافرادها بالتواصل وتداول حقائقها اليومية ، ونقل ارثها الثقافي بكل فضائاته .

فالنمط الشفهي رغم حيويته لم يعد يتمتع بالمكانة التي كان يتمتع بها من قبل . والنمط المكتوب الذي « شاخ » في الدول المتطورة ووصل الى حالة من التشعب ، لم يصل الى حالة من التعميم في الدول المذكورة لانه اصطدم بالمسألة اللسانية التي سبقتها الاستعمار (المباشر والاستيطاني) وضخمها التقاعس في محو الامة . وفي تعميم التعليم (بمختلف مراحله) . وهكذا وجد عدد غير قليل من أبناء الدول النامية نفسه محروما من مزايا هذا النمط والمتمثلة في :

القدرة على التجريد « والتماسك في التفكير » ومحاورة الرموز الثقافية — الاجتماعية النابعة من الذات أو « المستوردة » من الآخر . ها هو النمط السمعي — البصري يهددهم بترسانته التكنولوجية المتجددة باستمرار . ويقدم لهم حقائق / طموحات لاتعثر عليها حتى في الدول « المتقدمة » نفسها . وانما وجدت لتغذية هذا النمط .

خلال المسار الاجتماعي ، وخلال تطور أنماط الاتصال ، يزداد كبت شعوب الدول النامية . فلا هي منتعشة بزاها الثقافي / الحضاري ولا هي قادرة على العيش عمليا وسط الاجواء التي تخلقها الرموز الثقافية القادمة من الضفة الاخرى . وستسقط مرة أخرى في وهم جديد « لو اقتنعنا بأن وسائل الاتصال الجديدة ستحقق ما لم تتمكن أن تحققه ارادتنا .

اذن ، هل غلقنا باب المناقشة حول وسائل الاتصال الجديدة ؟ لقد فتحناه على أرضية جديدة وهي : من نحن ؟ وماذا نريد ؟ وماذا يراد لنا ؟

المراجع :

- 1) Lewis Mumford cité par (Armand et Michele) Mattelard dans : l'usage des médias ■ temps de crise : édition Alain Moreau 1979 p. 79
- 2) André Brincourt : la télévision et ses promesses : édition table ronde 1960 p. 26
- 3) Jean d'Arcy : un nouveau medium communication 21 - 1974

(4) جون مارى بيلام — أو هام الاتصال ترجمة لميلفى نصر الدين . دراسات عربية عدد 4 — فيفري 1988 .

- 5) Armand et Michele Mattelard : de l'usage des médias ■ temps de crise p. 23

6) Jean Michel le Voit : l'informatique à - l'A.F.P : le monde diplomatique Mars 1978

(7) تدخل السيد جيبوكا وزير الاتصال السنغالي في المنتدى الدولى حول وسائل الاتصال الجديدة المعقد في الجزائر — أفاق الصادرة في 19 نوفمبر 1987 .

- 8) Jean Cazaneuve : la vie dans la société monderne : idées /Gallimard 1982 p. 165.

9) Idem p. 148

10) Capitalisme et industrie culturelle : presse universitaire de Grenoble 1978 p. 60.

11) La communication de masse et l'industrie publicitaire : UNESCO 1985 .

12) Idem .

13) Andrés Novembre : les entreprises transnationales des télécommunications en quête des marchés : les nouvelles chaînes : presse universitaire de France 1983 p. 95 .

14) Crise et monde de communication : politique aujourd'hui . Mars 1987.

15) Voir : l'avenir incertain de la télédistribution - Presse Actualité - Avril 1983 .

16) G.N.S. Raghavan : les médias atteignent - ils les masses? l'expérience endienne. Perspective n° 1 1980.

17) Idem .

18) Andrés Novembrer : Etude citée p.84.

19) S.N.T. et développement endogène UNESCO 1981 p.104

20) Idem. p. 40.

الاذاعات الجديدة:

منابر سياسية او محطات للترفيه ؟

لما ندرك حجم انفجار البث الاذاعي الذى يهز بعض الدول الغربية ، ونعرف العدد الهائل من الاذاعات « الحرة » التى سمح لها بالبث الشرعى ، فاننا بدون شك لا نكتفى بالاندهاش قائلين : هل الى هذا الحد أصبح الشعب « ملهوفاً » للكلام والتعبير ومحتاجاً اليه ؟ بل سنفكر في نهاية هذا « اللهف » هل سينطفئ بعد أن يحقق حالة التنفيس الثقافى والسياسى أم سيستمر بقلب الاوضاع الاعلامية والمعطيات الثقافية التى رسمت في هذه المجتمعات ؟

منذ الثمانينات وعدة دول غربية تعج بالاذاعات « الحرة » الى درجة بات فيها الاعتقاد مؤكداً بأن استمرار بقاءها سيهدد الوضع الاعلامى القائم في أكثر من دولة . وانها ستكون آخر مسمار يدق في نعش احتكار البث الاذاعي . وتعزز هذا الاعتقاد بعد أن تحررت أغلبية هذه الاذاعات من الصفة الاحتقارية التى تحط من قيمتها ، والتي التصقت بها طيلة الستينات ، صفة القرصنة . وترسخ بفعل اقترابها من امتلاك الشروط القانونية

الاولية المنظمة للبث الشرعى ، بعد أن تم تحديد أمواج
الارسال الازاعى « وهكذا ، تحررت من مشقة الكفاح ومقاومة
التشويش . ففى فرنسا على سبيل المثال وصل عدد المحطات
الاذاعية التى سمح لها بالبث 1500 محطة !

ان حمى البث الازاعى « الحر » الذى جعل عدة دول غربية
ترتفع تحت وطأته بعث الشك فى صحة المسلمة التى تقول ان
عالم اليوم يعيش عنفوان « حضارة الصورة » بل تهز هذه
المسلمة من جذورها وتهز معها كل التساؤلات التى تبحث عن
سر هذا الانفجار « الرهيب » فى البث الازاعى . فهل يمكن
اعتباره نكهة جديدة فى المنافسة الاعلامية فى عصر الاحتكار
وتلويينات جديدة لمواقع قديمة فى حرب الامواج الازاعية ؟ أم
أنه محاولة لتجسيد حلم البشرية وطموحها الضائع ، وخطوة
من مسيرتها الاجتماعية ومن رحلتها للبحث عن استرجاع
الكلمة « المغتصبة » ؟

تعقد الوجود وتشابك الاسماء :

لمواجهة التشويش والملاحقة ، كانت الازاعات المذكورة تبث
برامجها من نقاط متحركة (قوارب فى الغالب) وفى اوقات
مختلفة . أما الان ، أصبح جل أصحاب هذه الازاعات معروفين
بأسماءهم وبمبيلاتهم ، وذلك بعد أن استطاعوا « احتجاز »
مواعيد ثابتة للبث ، وبعد أن أصبحت اذاعاتهم موضع استقطاب
ثقافى وسياسى واجتماعى . وهذا لا يدل على أن كل الازاعات
التي يقال عنها أنها « حرة » قد انتقلت للعمل فى النور ، بل

للاشارة فقط الى اضطرار بعض الانظمة الى الاعتراف بالوضع
القانونى لهذه الازاعات .

ان قائمة أسماء هذه الازاعات طويلة وتكاد لا تنتهى ،
ويوحى كل اسم بهذه السمات أو تلك . « والتى ليست دائما
متميزة وواضحة فى الواقع العملى . والاكثر من هذا أنها
متداخلة ومتشابكة . ومن الاسماء الاكثر تداولاً ورسوخاً
نذكر : « الازاعات الحرة » و « الازاعات الخاصة »
و « الازاعات البديلة والموازية » . وتجتمع كل هذه الاسماء
لتؤكد على وضع اذاعى جديد مقابل أو معارض للوضع القديم
للازاعات السابقة .

ان صعوبة تعيين مكانة هذه الازاعات فى الخريطة الاعلامية،
والقصور على تشخيص الاضافات الثقافية والسياسية التى
رثت نفسها لانجازها ، ساهما فى ظهور تسمية تكاد تكون
شاملة وعامة تضم كل الازاعات المذكورة هى : « الازاعات
الجديدة » . « والتى تقضى الى التساؤل عن الجديد . هل يمكن
فى نمط ملكيتها وشكل تمويلها ؟ أم فى طريقة العمل الازاعى
المتحرر من الاحتراف ؟ أم فى الجمهور المستهدف والذى أصبح
يطلق عليه بالجمهور النشط ؟

لا يمكن أن نعثر على اجابة بسيطة لكل هذه الاسئلة . لان
الكثير من الازاعات لازالت تبحث عن موقع لها فى خضم الصراع
والمنافسة ، وتسعى لترسيخ خصوصياتها التى تميزها عن بقية
محطات الارسال الازاعى ؟

منبر سياسى او مهنة للترفيه

يؤكد المهتمون بهذه الاذاعات على أنها أقرب للمنابر السياسية، ويستشهدون بمحطات البث الاذاعى التى انتشرت فى بعض الدول التى اجتاحتها المد النازى ، ومنذ ذلك التاريخ والاذاعات المحرومة من حق البث القانونى شديدة الارتباط بالوضع السياسى والاعداد الهائلة من الاذاعات التى بدأت فى الظهور فى مطلع الثمانينات لا تنفى هذه القاعدة . ففى فرنسا ارتبط ميلاد الاذاعات الجديدة بالمخاض السياسى الكبير حول الانتخابات الرئاسية ، فاستعانت الاحزاب والتكتلات السياسية بهذه الاذاعات التى تمتاز عن غيرها بارتباطها المتين « بالقاعدة » لانها توجه خطابها الى منطقة محددة والى جمهور معروف نسبيا . ففى جويلية من سنة 1977 انشأ المنشيعون للرئيس الفرنسى السابق جيسكار ديستان اذاعة « الخيط الازرق » ، (فيل بلو) بمدينة منبولى وهذا قصد الترويج لبرنامجهم الانتخابى وتوسيع جبهة مناصرى هذا الرئيس . وهذا لا يعنى أن الاذاعات المذكورة تأخذ صفة الموسمية وتنشط أثناء الاحداث السياسية الكبرى — الحملات الانتخابية على سبيل المثال .

ان اقتران الاذاعات الجديدة بالاوضاع السياسية لا يحتاج الى شواهد وبراهين ، بل يحتاج فقط الى تحديد بسيط لهذه الاوضاع والتى يمكن اختصارها بالقول : ان تطور العمل الانتاجى قد عجز عن استيعاب كل الطاقات البشرية مما أنتج

حالات صارخة من التهميش . وازداد بعد انفلات العراق الاجتماعى من قوالبه الكلاسيكية « الاحزاب والنقابات » مما أدى الى بروز « تكتلات اجتماعية جديدة » وأطر لتعبر من خلالها عن مشاغلها وجوهر اهتمامها . ومن بين هذه التكتلات نستطيع أن نذكر على سبيل المثال : « الحركات السلمية » و « الحركات الايكولوجية » .

لقد كانت مثل هذه الحركات تكتفى فى كفاحها السابق بأدوات اتصالية تنتمى للنمط المكتوب : مناشير ، جرائد ، وجرائد حائطية وارتقت بنشاطها لتطالب بالاستخدام القانونى لاداة الاتصال العصرية التى وفرها التطور التكنولوجى العاصف فى أواخر هذا القرن ، خاصة بعد اكتشاف الموجات القصيرة فى البث الاذاعى .

ولا نعتقد أن فورية الكلمة المذاعة ولا دراميتها هى وحدها التى عززت وشجعت على استعمال هذه الاداة ، بل كلفة انتاج الخطاب الاذاعى أيضا والتى تعد زهيدة اذا قورنت بتكاليف انتاج الجريدة حيث أن محطة البث الاذاعى التى تغطى ما يقرب عن 30 كلم وتمس حوالى 10 ملايين من السكان (فى الوسط العمرانى ذى الكثافة السكانية العالية) تكون كلفتها أقل بعشر مرات من كلفة اصدار جريدة يومية مخصصة لنفس الغرض .

ومن الاذاعات التى ترعمت التعبير عن هذا النوع من التكتلات يمكن أن نذكر اذاعة فوسنهيـن Radio FOSSENHEIN بالالزاس ، والتى سميت باسم المركز النووى الموجود بنفس

المنطقة ، والمعروف عن هذه الاذاعة أنها شرعت في البث في جوان 1977 وأصبحت تدريجيا منبرا اعلاميا وسياسيا للحركة الايكولوجية . منذ ذلك التاريخ وهي صامدة في وجه الملاحقات والمضايقات . وتعود طول مدة صمودها الى مبادرة مستمعيها الذين أسسوا جمعية أحباب « الاذاعة الخضراء » وهو الاسم السياسي الذي يجمع المستمعين في كل من فرنسا وألمانيا الاتحادية وسويسرا ، ونتيجة لانفتاح هذه الاذاعة على المواضيع والقضايا التي تشغل بال المستمعين حيث لم تعد سجيبة الاخبار والبيانات السياسية المتعلقة بالبيئة .

الاذاعات الجديدة :

خطر على الاحتكار أو وسيلة لنعاشه ؟

لم يهدأ النقاش بين الذين يرون في وجود هذه الاذاعات عاملا للقضاء على قبضة الاحتكار الحديدية التي تشدد الخناق على الكثير من المؤسسات الاعلامية والثقافية . وبين الذين لا يرون فيها الا محاولة للتنازل قصد التلاؤم والتكيف مع التطورات الاجتماعية والثقافية التي أصبحت تميز المجتمعات الغربية في الثمانينات . وسيعلو هدير هذا النقاش في المستقبل طالما بقت هذه الاذاعات على ما عليه ، أى في حالة « الغليان » وعدم الوصول الى التصلب السياسي والاعلامى ، وطالما استمر زحف الاحتكارات لتقليص مجال التعبير وتصفية المترشحين

لامتلاك أداة التعبير وضمن هذا الزحف وما يفرزه من نتائج ، يظهر الضيق والتأزم الذى أصبحت تعاني منه بعض الوسائل الاتصالية . هذا ما نلاحظه على سبيل المثال في الفيلم السينمائي مقابل شريط الفيديو والاسطوانة الغنائية مقابل ما أصبح يطلق عليه بشريط الفيديو الغنائي Vidéo clip هذه الوسائل التي تعيش الاختناق لن تركز للاستسلام وتنسحب ببساطة من الساحة الاعلامية والثقافية بل تسعى للبحث عن مجموعة من الروافد والمنافذ التي تضمن لها البقاء والتي تأخذ عدة صيغ ابتداء من المصقات الاشهارية وصولا الى مؤسسات الانتاج السمعى مثل مؤسسة « موفى أف.أم » « MOVIES F.M » والتي تقدم شرائط تسجل عليها حصة حول فيلم ما وتصحبه بمقاطع صوتية وموسيقية تتخللها أحيانا أحاديث صحفية مع مخرج الفيلم أو بعض الممثلين ويوفر مثل هذا الشريط امكانيات هائلة لاستغلاله الاذاعي . حيث يمكن لاية محطة اذاعية بما فيها المحطات الجديدة أن تكتفى ببعض فقراته وتحذف البقية . أو تقدمه كما هو مع اضافة تعاليق له . ويعد هذا الشريط شكلا من أشكال الترويج للانتاج السينمائي . وهذه المؤسسة توزع شرائطها الصوتية على حوالى 200 محطة جديدة في ولايات فرنسا وفي الدول المجاورة : بلجيكا ، ألمانيا الاتحادية ، وسويسرا .

بعد أن دخل الانتاج الثقافى والاعلامى مرحلة التصنيع المكثف واخترق الحدود الاقليمية راجت الثقافة « المصنعة » لتغطي عدة مناطق من العالم ، وهذا على حساب الثقافات

« المحلية » التي يقال عنها احتقارا انها « بدئية » و(فلكلورية) ولم تنعدم الاصوات العالية التي نبهت وحذرت من خطر «تدويل» الثقافة والذي يكمن أساسا في محو الخصوصيات الثقافية للاقليات الاجتماعية أو للمجموعات البشرية المتجانسة حضاريا وثقافيا . وفي بعض الاحيان نجد أن محاولة طمس الخصوصيات الثقافية ليست وليدة اجتياح الانتاج الثقافى « المصنع » فقط، بل أنه تعبير عن ارادة السلطة المركزية التي تخشى على نفسها وعلى صلاحيتها من أن تهددها هذه الاقلية أو تلك . لذا نجد أن بعض الاذاعات الجديدة قد ولدت من رحم الحركات المطالبة بالحقوق السياسية والثقافية للاقليات وشكلت رد فعل ضد الذوبان الثقافى . ويمكن أن نذكر في هذا الصدد اذاعة أدور نافار Radio Adour Navare والتي شرعت في البث في أواخر سنة 1980 محددة لنفسها هدفا واحدا يتمثل في احياء الثقافة السمعية ولغة الباسك . ويمكن أن ندرج في هذا الاطار أيضا الاذاعة الناطقة باسم الجاليات المهاجرة . مثل اذاعة الجالية المغاربية في أوروبا التي وصل عدد مستمعيها الى 900 ألف . وتسعى هذه الاذاعة الى اقامة جسر من التواصل بين المهاجرين المغاربة وتوسيع ذاكرتهم الجماعية . وتطمح أيضا الى الاحتفاظ بتماسكهم الحضارى المتميز ، والتعلق بماضيهم ، ومنابتهم الثقافية وتكتسى هذه الاذاعة أهمية سياسية وثقافية بالغة ، خاصة وأن أجيال المغتربين قد شكلت أرضية خصبة للصراع السياسى بين القوى العاملة على ادماجهم كلیة في المجتمع المضيف ، وغنى عن القول أن معنى هذا الادماج على الصعيد

الثقافى هو الذوبان . وبين القوى التي تكن لهم العدا « والحقن العنصرى وتسعى الى ترحيلهم الى أوطانهم بدون قيد أو شرط .

لم تتزامن المطالبة بحق البث الاذاعى مع تصاعد الحركات السياسية والتجمعات الثقافية المختلفة فقط ، بل ارتبط أيضا بالضغط المتعدد الاشكال الذى مورس من أجل رفع يد الدولة على بعض الملكيات الاقتصادية والثقافية . وأحسن مثال على ذلك هو الاخبار التي تتناقلها وكالات الانباء عن « النمو » المتزايد للتلفزيونات « الحرة » في دول أوروبا ، وخاصة في ايطاليا التي نجحت فيها الشركات الوطنية الخاصة والشركات الاحتكارية في اعادة النظر في ملكية الدولة للمؤسسات الاعلامية لتكون رافدا للنشاط الاشهارى للمنتوجات المادية والروحية ، رغم صحة هذا الرأى ووجهته تبقى بعض الاوضاع الاجتماعية والثقافية قائمة في بعض الدول ، وتشجع الحكومات على الاستمرار في امتلاك زمام الامر الاعلامى والثقافى وتوجيهه وفق الوجهة المذكورة دون أن تتنازل عن ما تملكه من وسائل اعلامية . فبريطانيا على سبيل المثال أنشأت هيئة الاذاعات المحلية I.B.A. والتي تملك 19 محطة محلية ، بجانب هيئة الاذاعة البريطانية المعروفة B.B.C. وفي الغالب يفسر هذا التزاوج في الوضع الاعلامى بالرغبة في اقامة نوع من لا مركزية البث الاذاعى مع السعى لاحتلال مواقع في الامواج الاذاعية حتى تسد المنافذ أمام القوى المعارضة أو غير المرغوبة وتجهض مبادرتها في الارسال الاذاعى .

الاذاعات الجديدة ورهان المستقبل ؟

هل يمكن أن نربط مستقبل هذه الاذاعات بمستقبل الحركات والجمعيات التي تقف وراءها ؟ اذا كانت الاجابة بنعم ، فانها تكشف عن القصور في فهم خصوصيات العمل الاذاعي .
وتفصح العجز عن معرفة متطلبات النشاط الاعلامي الذي لا يقتصر على المتطلبات السياسية فقط ؟

ان الاذاعات الجديدة وجدت في ظرف جديد تسعى فيه الدول الغربية الى مراجعة أنماط ملكيتها لوسائل الاعلام وتراجع معه أشكال عملها الثقافي لتتلاءم مع التطورات الجديدة . ووجدت أيضا في الوقت الذي تزايدت فيه وسائل الاعلام والثقافة وتنوعت . أمام كل هذه الظروف لا يتطلب من الاذاعات المذكورة أن تكون شديدة اللهجة ، وساحرة ومغربية فقط . بل يتطلب منها الصمود والاستمرار في الصمود ، لان معركة البقاء بجانب المستمعين لا تحتاج الى اعلام صادق ومثير للاهتمام فحسب ، بل تحتاج أكثر الى المقومات التي تستند اليها ، وتحميها من أي شكل من أشكال رهان « استقلالها » .

المشكل العويص الذي يواجه هذه الاذاعات ويمكن أن يقودها الى الاحتضار يتمثل في التمويل . حيث انضج أن هذه الاذاعات لا تستطيع البقاء باكتفاءها بالتبرعات المالية الزهيدة التي يتقدم بها أنصارها ومحبوها وبيع بعض « الاعانات » الثقافية « أسطوانات غنائية ، أشرطة موسيقية » . والعمل المجاني بها لعدة ساعات .

اذا كان هذا الشكل من التمويل على ضالته يعد الأفضل لضمان استقلالية البث ، الا أنه من الصعب الاعتماد عليه وحده فقط ، وذلك للتناقض المحتمل في قيمة التبرعات ولعدم الانتظام في دفعها وانقطاعها المحتمل . اذن ما العمل ؟

لقد ردت بعض الاذاعات على هذا السؤال بالشكل الذي تراه مناسباً لها وهذا من خلال اختيارها التوجه مباشرة الى الحكومات والاحزاب والتنظيمات والمؤسسات الاقتصادية طلباً للمال . أو اختيار قبول بث حصص اشهارية عن السلع والمنتجات مقابل بعض الاموال ، علماً أن الوصول الى بث الاشهار لا يأتي الا بعد مرحلة من « النضج » ومن امتلاك بعض الضمانات التي تجعل المعلن يقبل « منح » اعلاناته الاشهارية الى هذه المحطات الاذاعية أو تلك . ويبدو أن اذاعة المغتربين المغاربة قد تبنت الاختيار الاخير ، حيث أصبحت تقدم الحصص الاشهارية لانتاج شركة بيجو الفرنسية Peugeot كما أكدت ذلك مجلة « أحداث الهجرة » الصادرة في أكتوبر 1987 . فاذا كانت العلاقة بين الشركة المذكورة والجالية المغربية واضحة ، وأن تأثير هذا الاشهار في الاذاعة المذكورة غير معروف ، فان الايام الالية ستكشف عنه .

اذا استطاعت هذه الاذاعات أن تواجه مشكل استقلالها على المستوى المالي بهذا الشكل أو ذاك فانها اصطدمت بمسألة الاستقلال الاعلامي الذي لا يقل أهمية عن الاول . ونكاد أن نميل الى الاعتقاد بأن هذا النوع من الاستقلال الذي سيميز المضمون الذي تقدمه هذه الاذاعات ، يمكن أن يعد سراباً أو

وهما خاصة اذا عرفنا ما تكبدته الدول النامية من جراء التبعية الاعلامية . حقيقة أن الاستقلال الاعلامي الذي تشهده الاذاعات المذكورة يختلف عن ما تطالب به الدول النامية ، لان السياق والمحيط يختلفان . غير أن بساطة الامكانيات التي تتمتع بها هذه الاذاعات ، والتي تحد من نشاطها في ملاحقة الاحداث والانتقال الى الاماكن التي جرت فيها ، واعادة بثها وفق المعايير المهنية التي عسرتها المنافسة الحادة التي لا ترحم ، قد طرحت هذا المشكل بكل حدة . ودفعت الاذاعات المعنية للتفكير في الاشكال التي يمكن أن تخفف منه ، بعد أن فهمت صعوبة الاستغناء عن ما تقدمه الوسائل الاعلامية الاخرى .

الحلول التي تبنتها معظم هذه الاذاعات لا تسير دائما مع طموحاتها وأهدافها . فبعض الاذاعات ارتكزت على شبكة من المستمعين واعتبرتهم « مراسليها الدائمين » وهم الذين يقتطعون بعض اللحظات من وقتهم ليهتفوا الى مركز الارسال ويخبروا المستمعين بما شهدوا ويذكرون تفاصيل الاحداث التي وقعت . ومثل هذا الشكل من التغطية الاخبارية يطرح بعض الصعوبات على الاذاعات ، لانه يتوقف على « شهامة » بعض المستمعين التي قد تحتاج الى النفس الطويل هذا من جهة ، ومن جهة أخرى فان الاذاعات المذكورة تبقى دائما في حاجة ماسة الى من يخبرها بالاحداث غير المحلية . وبعض الاذاعات التي تتمتع بوضع مادي أحسن فضلت الاشتراك في شريط وكالات الانباء الدولية ، فاذاعة الشرق على سبيل المثال التي تسعى الى تقديم صورة عن الاسلام والمسلمين في باريس وتعرف أكثر

بالقرآن الكريم تعتمد أساسا على شريط وكالة الانباء الفرنسية، أما اذاعة المغتربين المغاربة فانها تنتقى أخبارها من الصحف الفرنسية خاصة لوموند .

المشكل الآخر الذي تعاني منه هذه الاذاعات ولم تتردد في التعبير عنه جهرا أثناء قيامها بالمطالبة بتشريع بثها الاذاعي « يكمن في ضمان المستقبل المهني للأشخاص الذين يعملون فيها . حقيقة يوجد ضمن هذه الاذاعات من يرفض الاحتراف جملة وتفصيلا ، لانه سمة من سمات الاذاعات السابقة ، غير أن السنوات القليلة من تجربة البث قد أكدت بدون لبس أن تشريع حق الاحتراف في وسائل الاعلام هو جزء من ممارسة حرية التعبير ، لانه يحميها من « نزيف » عمالها ، ويطور العمل الاعلامي أكثر .

ان بقاء هذا المشكل بدون حل لصالح الاذاعات المعنية يمكن أن يشكل عائقا أمام تطورها المستقبلي ، وذلك لان نشاطها يتوقف على بعض المتطوعين الذين يعملون لعدة ساعات فقط ولا يوجد العدد الكافي من الذين يملكون كل الاستعداد للتطوع بكل وقتهم .

لازال الصراع قائما لحد الساعة ن أجل تأمين مستقبل كل العاملين في هذه الاذاعات فهل يمكن اعتبارهم رجال اعلام يحق لهم ما يحق لبقية عمال الاعلام في المؤسسات الحكومية والخاصة ؟ سيساهم الجواب على هذا السؤال في تحديد ملامح مستقبل الاذاعات المذكورة .

هل تنحصر مشاكل وأهداف الاذاعات الجديدة في هذه النقاط التي أشرنا اليها فقط ، أم أنها أعمق ومرتبطة بالتوازن السياسي في الدول الغربية ، وبتأثير هذا التوازن على النشاط الاعلامي والثقافي وعلى عملية اعادة توزيع « حق الكلام » على الاطراف المتصارعة .

ما سبق عرضه هو مجرد مؤشرات للحكم على مستقبل الاذاعات الجديدة . والتي تعجز عن الاجابة عن السؤالين التاليين : هل تقضى هذه الاذاعات على الاحتكار أم أنها تعيش أيامها الذهبية لبعض الوقت وتنتهي الى الاضمحلال بعد أن تلتهمها الاحتكارات ؟ هل ستدشن عهدا جديدا تسترجع فيه الكلمة المغتصبة أم أنها ستتحوّل الى صور منسوخة من الاذاعات « القديمة » ؟

ميكي: هل هذا الفأر يدجن الاطفال !

من منكم لا يعرف « ميكي ماوس » ؟ هذا الفأر الوديع ، الطاعن في السن ، الذي جاب الاقطار والامصار ليخاطب الاطفال ، ويدخل السرور على حياتهم .

هل كان يدري في بداية الثلاثينات أنه سيثمل بالنجاح ، وسيأتى اليه البعض يطلب منه مناداة السلع البائنة ، ويرجوه البعض الآخر أن يسد رمق اطفالهم « الثقافي » ويؤث فضاءهم بما يشتهي ويريد ، لقد حقق ما أراد ، وأصبحت أفلام الكارتون « الرسم المتحركة » تسمى « ميكي » لكن ، كيف حدث هذا ؟ ماذا ، لو بعث أبو عثمان الجاحظ حيا ، ووقف بعض الوقت متأملا شاشة التلفزيون ، وهي تعرض رسوم « والت ديزنى » المتحركة ، فما عساه يفعل ؟ هل سيزداد جحوظا وهو يرى « ميكي ماوس » يخالط صحة وعافية ، ينقل المعرفة والبهجة الى الاطفال ويدربهم على الحياة الاجتماعية ، أو يقرر طبع كتابه « الحيوان » طبعة جديدة وأنيقة ، مضيفا لها بابا خاصا بطبائع الفئران وغرائب مزاجهم وقدرتهم العجيبة في جعل الاطفال رجالا ، ويستطرد كعادته في كتابه الاسباب التي جعلت « ميكي » ، هذا الفأر الطاعن في السن ، يملك من السلطة والنفوذ ما جعل البعض يذكرونه في كل مناسبة كمثال عن « الغزو الثقافي » و « الهيمنة الحضارية » و « التبعية الفكرية » ... ربما يشفق أبو عثمان على هذا الفأر « المسكين » ويكتب عنه بعض الجمل الرقيقة والمؤثرة المعبرة عن « الاحقاد » الايديولوجية

التي نفخت في « ميكي » روحا « وهمية » جعلته يظهر وكأنه يملك من القوة والبأس ما يهدد الاستقلال الثقافي لبعض الشعوب والأمم ؟!

مهما كان رأى الجاحظ في « ميكي ماوس » فليس بوسعهم أن ينكر ما لهذا الفأر من شهرة ، والتي فاقت شهرة بعض الأدباء والعلماء والساسة مجتمعين ! بدليل أن البعض لا يعرفون أسما لأفلام الكارتون سوى اسم « الميكيات » وهو جمع « ميكي » .

ميكي : حيوان ناطق

ظهر أول شريط مرسوم لميكي سنة 1928 بكاليفورنيا ومنذ ذلك التاريخ وشهرته تتزايد باستمرار ، خاصة بعد دخوله ميدان السمعى/البصرى ، حيث كان يظهر فى الشاشة الكبيرة لبعض الدقائق قبل عرض الافلام السينمائية ، وبعد 1936 انتقل الى البيوت ليلقى جمهوره ، وهذا بفضل التلفزيون .

بدأت الشعوب غير الامريكية تكتشف شخصية « ميكي » فى وقت مبكر جدا ، فالقراء الفرنسيون تعرفوا عليه سنة 1931 ، وهى السنة التى شرعت فيها مؤسسة « هاشيت » فى طباع حكايات ميكي ، وبدأت باصدار « مغامرات ميكي » و « ميكى الباحث عن الذهب » . وبعد هذا التاريخ بثلاث سنوات فقط ظهرت فى فرنسا دائما « جريدة ميكي » الاسبوعية ، والتى يقال عنها افتخارا ، أنها ربت عدة أجيال من الاطفال وثورت الاسلوب الصحفى الموجه لهم .

ميكى لم يتربع على عرش « الشهرة » بين عشية وضحاها ، بل كرس عمره كله — الذى يفوق ستين سنة — فى ملء صفحات بعض الجرائد والمجلات ، وتشغيل الشاشتين : الكبيرة والصغيرة للوصول الى الموقع الذى هو فيه حاليا ، فاكتسح العالم وأصبح وجهها ثقافيا عالميا ، ولقب بـ « جنكيز خان » الرسوم المتحركة لكن ، هل نستطيع القول أن السن وحده هو الذى أعطى « لميكي » السمعة التى يتمتع بها .

امبراطورية الحيوانات الناطقة

« ميكي ماوس » هو الابن الشرعى لامبراطورية « والت ديزنى » Disney company the walt التى تمتد حدودها الى مجال العمران والنقل والتعليم والتربية ، وتتكون من 12 مؤسسة تشغل 32 ألف عامل ، يتركز نشاطها فى القطاعات الاساسية التالية : حدائق التسلية والترفيه ، مؤسسات انتاج وتوزيع الافلام السينمائية والبرامج التلفزيونية ، شركات طباعة الكتب والصحف . ويضاف الى كل هذا ، صناعة الاسطوانات الموسيقية وأشرطة الفيديو ، وصناعة الالعاب ، وكل الصناعات التى يطلق عليها بالمشتقة ، والتى تستخدم أبطال والت ديزنى ، ميكى ماوس ، ودونالد ديك ، لتنشيط الاستهلاك الواسع لبعض السلع فى أوساط الاطفال : شكلاطة ، لبان ، أقمصه وسراويل ، محافظ أطفال المدارس ومقالهم ، ألبومات للصور الخ ...

وقد جنت شركة والت ديزنى من مثل هذه الصناعات 90 مليار دولار سنة 1983 ! هكذا ، زالت الحدود التى كانت تفصل بين ميكى الافلام والتصور والخيال ، وبين ميكى الواقعى /

الملموس ، وذلك لان صورة ميكي تلاحق الاطفال في شاشنة التلفزيون وفي القصص والمجلات ، في نومهم وفي صحوهم ، في اكلهم وشربهم . لقد فرض « ميكي » على الاطفال بعد أن غزا قضاة الطفولة وأصبح رمزا ملموسا ومألوفا في الصناعات ذات الاستهلاك الواسع وفي حدائق الترفيه والتسلية (ديزنى لاند) Disney LAND بكاليفورنيا ، وديزنى ورلد Disney world بفلوريدا ، وديزنى لاند بطوكيو ، وقريبا ديزنى لاند الاوروبى قرب باريس .

لقد تعززت صورة « ميكي » بفضل التزاوج الغريب بين حدائق التسلية المذكورة وبين القطاع السمعى/البصرى داخل مملكة والت ديزنى ، كيف ذلك ؟ لما كان والت ديزنى (1901 - 1966) يملك من الطموح والتنبؤ أكثر من المال = طلب من الشبكة التلفزيونية الامريكية أن.بى.سى. N.B.C تمويل مشروعه المتعلق ببناء حديقة للتسلية والترفيه بكاليفورنيا ، وبالمقابل يزود هذه الشبكة ببرامجه لمدة ساعة في الاسبوع . وهكذا ، استطاعت رسوم والت ديزنى المتحركة ، وعلى رأسها ميكي ، تعزيز مكانتها في القطاع السمعى/البصرى . أما الان ، فالتداخل بين حدائق التسلية والصناعية السمعية/البصرية قد بلغ درجة لا تصدق ، حيث يصرف حوالى 600 مليون دولار سنويا لتحديث هذه الحدائق وجعلها تقترب أكثر من استديوهات السينما والتلفزيون ، وهكذا ، أصبحت هذه الحدائق تستغل لغرضين في آن واحد : التصوير السينمائى والتلفزيونى والسياحة والترفيه ، وفي الحالتين تبقى صورة

« ميكي » واتباعه بشوشة توزع المرح على الاطفال وتلقنهم دروس الحياة وكيفية التعامل مع الآخر (أشخاص أو مؤسسات) . هذا التداخل الغريب يطلق جماع الخيال السينمائى ، ويغرى المخرجين السينمائيين الكبار بمغادرة هوليوود والاتحاق بامبراطورية والت ديزنى - فرانسن كوبولا مثلاً - .

وقد ترتب عن هذا ، أن احدى فروع شركة والت ديزنى المكلفة بالانتاج السينمائى الموجه لكل فئات الاعمار توشتن Touchstone قد فازت في تحقيق أكبر عائد مالى لافلامها التى عرضت في القاعات السينمائية في الولايات المتحدة الامريكية ، وفرضت انتاجها على الشركات التلفزيونية الامريكية العملاقة (أ.بى.سى A.B.C) وان.بى.سى. N.B.C) ونقلت خبراتها المتراكمة في انتاج الحصص التلفزيونية والافلام الى ميادين أخرى : حصص متلفزة في الالعاب والاقتصاد .

زاد نفوذ رسوم والت ديزنى الكارتونية في داخل الولايات المتحدة الامريكية وخارجها بفضل « ديزنى شنال » التى تبث لمدة 24 ساعة في اليوم مختلف البرامج التلفزيونية التى « تناسب » كل الاعمار (أفلام ، مسلسلات ، رسوم متحركة) قصد تطبيق حاجات قنوات التلفزيونات الكابلية المتزايدة ، واعتبرت هذا الشركة التلفزيونية الرافد الجديد لصورة « ميكي » وأصحابه ، خاصة بعد أن بدأت تبيع برامجها للدول الاجنبية (أول قناة تلفزيونية اجنبية اشترت برامج ديزنى شنال ، هى القناة التلفزيونية الفرنسية (آر.أف 3 R.F.3 سنة 1985) . وتنافس الانتاج اليابانى في مجال برامج الاطفال وأفلام الكارتون ،

الذى يقال عنه أنه يستند الى نوع من التتميط المتكرر للأشخاص والابطال والافعال المستلهمة في الغالب من الثورة التكنولوجية والعلمية ، ومن رياضة الكراتي • استفادت « ديزنى سنال » من تكامل أدوات الانتاج والتوزيع الثقافى التى تملكها « الامبراطورية » ومرونة استخدامها ، خدمة لمشروع ثقافى وتجارى ، وأيضا من المراجعة المتجددة للبرامج التلفزيونية على ضوء سنوات من تجربة « الامبراطورية » فى الستينات وذلك للاستلها من الحكايات القديمة والاساطير ، مثل حكاية : « بيضاء الثلجية والاقزام السمعة »

blanche neige et les sept Nains.

والقدر السحري الخ ... le chaudron magique

الساھرون على راحة « ميكى » وأصحابه

ان شهرة « ميكى ماوس » وسحره لا تعود الى الاطار الثقافى الذى تتحرك فيه ، والذى شكلته مؤسسة والت ديزنى على أهميته ، ولا للترابط الفعال بين « ميكى » الرمز الخيال ، و « ميكى » الصورة الموجهة لنوع الاستهلاك والترفيه فقط ، بل يعود الى تلك العقول التى تفكر فى الخفاء وترعى ميكى وأصحابه منذ أكثر من نصف قرن •

أنشأ والت ديزنى فى سنة 1932 مركزا مختصا فى دراسة وانتاج الرسوم المتحركة وأقام فيه حديقة صغيرة للحيوانات، ليسمح لرسمى الافلام الكارتونية ومنشطها رصد الحيوانات فى حركاتها وسكونها ، فى مرحها و « حزنها » ، ووظف والت ديزنى لهذا المركز أستاذين ، أحدهما مختص فى علم النباتات والاخر فى أحوال الطقس •

وهذا قصد شحذ ملاحظة الساهرين على انتاج الرسوم المتحركة ، وتزويدهم ببعض المبادئ العلمية التى تسمح لهم باستنساخ التغيرات الطفيفة والروتينية التى تحدث فى العالم الخارجى ، فى هذه الرسوم بشكل أكثر دقة وأمانة ، وهكذا ، يتعلم المشتغلون فى انجاز الافلام الكارتونية ، بعض المبادئ ، حول نمو النباتات والزهور ، وحركات أوراق الاشجار ، وحركة السحب والمواسف والامطار والثلوج الخ ... وهذا معناه أن حصص والت ديزنى ليست وليدة عبقرية فرد ، بل أنها انتاج جماعى لا يترك المجال لاي ارتجال •

هل هذا الفار « يدجن الاطفال » ؟

هل أن انتاج « والت ديزنى » خطير حقا ، ويهدد الاطفال بالتدجين ؟ الجواب على هذا السؤال ليس بسيطا ، لانه شديد الارتباط بالرؤية للثقافة وللطفل • فالبعض يرى أن « ميكى » و « دونالد » تمسكا بالمبادئ التى نذر والت ديزنى نفسه من أجلها • وهى عدم الحديث عن الثالث : الدين والجنس والسياسة • وبهذا تكون أفلام ميكى قد خدمت فعلا الثقافة والتربية والترفيه ، وساهمت بما تملك من قوة فى تفاهم الشعوب ، ويرى آخرون أن مثل هذه الرسوم المتحركة تحمل قدرا كبيرا من الدقة فى التصميم والتنفيذ والسحر فى العرض والترفيه ، مما يغطى بعض « مضرات » القيم الثقافية والاحكام الايديولوجية • ويوجد من يعتقد أن هذه الاحكام أقل ضررا مما نتصور ما دام هدفها الاسمى هو دفع البشرية وجعلها تتقاسم

المعرفة والثقافة والتكوين لتتوحد في السلوك وفي التفكير وحتى في الاستهلاك .

ان هذا الهدف كفيل باحياء آمال البشرية التي كادت أن تسحقها الحروب والفزاعات الدموية . بجانب هذه الآراء ، يوجد رأى مغاير يرى الاحكام والقيم التي تزوج لها هذه الرسوم المتحركة ليست كلها غريبة عن ما يجرى في الارض من شقاق ووثام ، من متاعب وأفراح . وليست كلها مرتبطة بمدن « والت ديزنى » الفاضلة ، فجلاها مستنسخ من الاحكام المهيمنة في بعض المجتمعات دون غيرها ، فما يقوله ميكى ودونالد ، وما يقومان به لا يخلو من « الاشهار » لما هو سائد في هذه المجتمعات بعينها ، وقد عبر عن هذا الرأى أكثر من باحث ، وسنقتصر في هذا المقام على النتائج التي توصل اليها الباحث « برنار بوربرى » Bernard Pouprix المختص في علم الاجتماع من قراءته النقدية لـ 107 من الاعداد المتنوعة من جريدة ميكى حيث أكد أن « ميكى » لا يوجه الطموحات نحو مجتمع نموذجى ومثالى .

ومثالى . بل يقودها الى مجتمع مستنسخ اجتماعيا وثقافيا من البلد الذى أنجبه . هذا الاستنساخ الذى يتركز على الثوابت التالية : الملكية ، السلطة « autorité » والامن .

فحسب هذا الباحث « ان ميكى يروج للملكية الخاصة ويدافع عنها بشكل يجعلها كأنها الشرط الاساسى والضرورى لاحتراز أى تقدم أو تطور ، والسلطة التي تظهر في حكايات ميكى هي سلطة فردية أو الغارشية » وحتى اذا كان موضوع الحكاية

يدور حول بعض المجتمعات المجهولة (المجتمعات السرية ، أو تلك القادمة من كواكب أخرى) ، فالسلطة فيها تحافظ دائما على جوهرها الفردى ... فالفرد/المذكر هو الاقوى والاكفأ ، هو الحاكم والمنتصر ... أما الامن فيظهر دائما مستتباً ومثبتاً واذا ارغزع لسبب مجهول ، فان المؤسسات تتحرك لارجاعه الى حالة الاستقرار ، وهذا بفضل الفرد الواحد الذى يطاع ويحكم ويسير هذه المؤسسات لفرد ، انه البطل حقا .

قد يعتقد أن أهواء بعض الباحثين والساسة قد حملت ميكى ودونالد الكثير من « الاوزار » الايديولوجية ، وشجعت المبالغة في تأويل حكاياتهما الى حد لا يصدق ، ولم يفكر فيه أصلا مشيدو امبراطورية « والت ديزنى » .

ان هذا الرأى لا يجانب الصواب كثيرا ، لكنه لا ينفسى تقمص أبطال والت ديزنى بعض الادوار الاجتماعية وتشبعهم بفلسفة معينة للحياة تركى هذا السلوك وتدين ذاك ، ومن يعتقد خلاف ذلك فليرهف السمع الى « الهدير » السياسى والايديولوجى الذى علا بمناسبة بداية المفاوضات حول بناء « ديزنى لاند » في باريس . ففرنسا التي دوت فيها صرخة لويس التوسر : « نهاية الايديولوجيات » ، (ترتعد) خوفا من الغزو الايديولوجى ومن احتمال ضياع الارث الثقافى والحضارى ... ان التطور المعرفى لم يتوصل بعد الى الفصل بين الثقافة والايديولوجيا ، ولم تتمكن عبقرية الانسان أن تنتج مادة ثقافية غير حساسة لتأثير الايديولوجيا .

لم يعد « ميكى » و « دونالد » يخفيان « عجرفتهم » بعد ان بلغا مستوى متطورا من السيطرة على الفيلم الكارتونى

واتقانه ، وتحولا الى مرجع أو « موديل » يصعب مناقشته .
وهذا ما يعسر الجهود الذي تبذله بعض الدول في مجال النهوض
بصناعة مثل هذه الافلام .

ان الدول التي تملك امكانيات مادية ضعيفة ، وخبرة أضعف
في انتاج هذا النوع من الافلام ، تعجز عن الاقتناع « باستهلاك »
رسومها متحركة ذات مستوى أقل من تلك التي اعتاد الجمهور
على مشاهدتها ، وذات محتوى مخالف لما ألفه من قبل .

هل يجب أن نطلق النار على هذا الفسار ؟

ان محاولة الاستغناء عن خدمات أبطال والت تطرح مشكلا
واضحا : أين هو البديل اذا أردنا ألا نحرم الاطفال من حصصهم
التلفزيونية ؟

لقد سعت بعض الدول للبحث عن جواب على هذا السؤال
من خلال تعاونها مع ورشة التلفزيون الأمريكي للاطفال (CTW)
وهذا بعد شروعه في العمل مباشرة في شهر ماي 1970 ، وبلغ
عدد الدول التي قبلت عرض البرنامج التلفزيوني SESAM Sreet
— نقل الى العربية تحت عنوان افتح يا سمسم — سنة 1975
حوالي 90 دولة ا هذا النجاح الباهر الذي حققته هذه الورشة ،
وجعلها « تتقاسم » مع ميكي وزملائه ، أطفال العالم يعود الى
ما يشاع عنها ، حيث يذكر انها « تبحث عن أحسن الطرق
لاستعمال الاجهزة الالكترونية ، والتلفزيون على وجه التحديد ،
كوسيلة لتربية الاطفال » ، وهذا معناه طغيان الجانب التربوي

في انتاجها على الجانب الترفيهي ، كما أن هذه الورشة تملك
بعض المرونة في التعامل والتعاون مع التلفزيونات الاجنبية ،
فالطبعة الاصلية لحصة « افتح يا سمسم » طعمت ببعض
الحقائق الاجتماعية والثقافية والحضارية التي يعيش فيها
الاطفال الذين يشاهدونها ، ودبلجت بعدة لغات : الفرنسية
— الاسبانية — البرتغالية — العربية — وهذا ما يمكن الاطفال
من مشاهدة هذه الحصة باللغة الام .

هذه الجوانب المضيئة في نشاط هذه الورشة التلفزيونية ،
لم يعفها من النقد ومن احتجاج بعض القنوات التلفزيونية على
انتاجها فمؤسسة التلفزيون البريطاني (B.B.C.) على سبيل
المثال ، وهي تشترك مع هذه الورشة في اللغة ، رفضت باصرار
وعناد عرض حصة « سمسم ستريت » لا لمغيرة مفرطة على
الانتاج البريطاني في مجال أفلام الكارتون ، بل لاعتقادها بأن
هذه الحصة لا تساير الرؤية السائدة في بريطانيا للتلفزيون
التربوي ، حيث يؤخذ على هذه الحصة كونها تشجع النزعة
السلبية لدى الطفل وهو يتفرج على الشاشة الصغيرة فيجمد
مبطلقا في تدفق الصور المتعاقبة المملوءة بالمعرفة كما أن هذه
الحصة لا تشجع الطفل على التخيل والتفكير والابداع لانها
تستند الى الفلسفة التربوية التي تجاوزتها أحداث العصر وهي
التلقين الافقي الموجه بدون المشاركة الواعية والنشطة للمتلقى .

اذن ، ما العمل ؟ هل يدفعنا حبنا المتزايد للاطفال وخوفنا
عليهم الى حد اطلاق النار على ميكي وغلق أبواب سمسم ، أم
نكتفي باجترار القول أن ميكي رمز من رموز الثقافة الامبريالية

وشكل من أشكال المركزية الثقافية في العالم ؟ وهل سنسرف في التبحر بانتماءنا الى هذه الحضارة أو تلك دون أن نقوم بشيء ملموس .

أعتقد أن الاطفال بحاجة الى رسوم متحركة جيدة نابغة من الحكايات والاساطير المنسية في بطون الثقافة الشفوية الافريقية والاسيوية .

فمتى يشاهد الاطفال في شاشتهم الصغيرة « طوق الحمامة » و « الملك الحزين » الذان أعطيا لكليلة ودمنة قيمتهما وجراتهما التي كلفت عبد الله بن المقفع حياته ، فبأي حق نحجب عن الاطفال المثل الانسانية التي يعج بها هذا الكتاب : الحكمة والعفة والعقل ، والعدل ونسلمهم الى « ميكي » .

المراجع :

— Le monde diplomatique - février 1988.

— Economie et Humanisme - mai, juin 1971

الهزة التي انتجت أزمة السينما:

يبدو أن الحديث عن أزمة السينما لن ينتهى . فمنذ أكثر من ثلاثين سنة لم تخمد المناقشات حول وضع الفن السابع ومستقبله لحظة . تواصلت خلالها الشهادات الحية والاراء المؤثقة حول هذه الازمة التي تطارد البشرية لتجرمها من العادة الحميمة التي تدفعها للذهاب الى القاعات «المظلمة» طلبا للفرجة والمتعة والخيال . وتطارد معها الثقافة ، ساحبة من يدها هذه الاداة الساحرة التي قربت المعرفة بالفن ، ومهددة بالفناء جل المطبوعات التي انتعشت بانتعاش السينما .

لو حاولنا البحث عن سبب الازمة التي تعرفها السينما في الكتابات الاولى والمبكرة . فأننا سنتوقف بدون شك . عند كتاب تاريخ الفن للباحث الامريكى «أرنولد هوسر» الذى يرى أن الازمة تكمن أصلا في الانتاج . وتعود الى انعدام الانسجام بين الكتاب والسينما . لقد افصحوا جهرا عن تضاييقهم من الفن السينمائى ، لانهم تعودوا الانعزال في بيوتهم والمكوث بين أربعة جدران ليطلقوا العنان لخيالهم الادبى . ويسكبون عواطفهم ومشاعرهم في الصور واللوحات التي تعيد

بناء المجتمع والحياة « فاصطدموا بالضرورة التقنية والفنية السينمائية التي تكبح تعبيرهم وتحد من جماح عواطفهم . وخضعوا على مضض ، وهم في غمرة عطائهم الادبي ، الى أوامر ونواهي هذا الجيش من الفنيين والمختصين في الانتاج السينمائي .

يبدو أن هذا الرأي لم يفقد أهميته وصوابه رغم السنوات الطويلة التي مرت عليه ، لأنه شخص احدى خصوصيات السينما التي تميزها عن بقية الوسائل الاتصالية الاخرى مثل الصحافة . لقد ظلت الصحافة المكتوبة مدة طويلة (تصل الى القرنين) نشاطا حرفيا ، قبل أن تصل الى المرحلة الصناعية التي نعرفها وتلمى شروطها التقنية والفنية على الكتابة . بينما وصلت السينما الى الوضع الصناعي بعد فترة قصيرة ، وفرضت الشروط والمعايير على الابداع والخلق الادبيين ، وعلى كل الكتابات التي كانت تأمل أن توزع وتنتشر بواسطتها .

لكن اليوم ، يظهر أن ما ذكره أرنولد هوسر لم يعد يشغل بال الكثير من النقاد وعشاق السينما وهم يتحدثون عن الوضع المتأزم الذي يعيشه هذا الفن . حيث لم يعد ينظر الى واقع «الفن السابع» من هذه «الكوة» الضيقة خاصة بعد نضج تجربة «الكاتب / المخرج السينمائي» وبعد أن تعلقت الشركات المختصة في الصناعات الثقافية (التي تمتد من المطبوع الى المسموع والرئي) وقضت على الاحلام الوردية التي راودت الكتاب والمثقفين في العصر الذهبي لليبرالية ، لما كانوا يتنبؤون

بالحريات المطلقة في الابداع التي لاتحدها ضرورات سياسية / ايدولوجية ، ولا شروط مالية / تقنية .

مع بداية الستينات ، أصبح من الصعب تبرئة التلفزيون من «الاضرار» التي لحقت بقطاع السينما خاصة وأن «الشعبية» و «الجماهيرية» التي التصقت به ، جعلته يظهر وكأنه المسؤول الاول عن وضع السينما ، ولم يستطع أن يبعد عن نفسه هذه التهمة رغم الانطلاقة الصناعية للفيديو ، الذي أصبح يلقب بـ «سينما العائلة» ، بالفعل ، يعتقد أن التلفزيون كان وراء انسحاب المشاهدين من قاعات العرض . لان هجرة قاعات السينما أصبحت ظاهرة «مربعة» تجتاح الكثير من الدول . ففي ايطاليا انخفض عدد مشاهدي الافلام السينمائية الى أن وصل الى 162 مليون مشاهدا في سنة 1983 . وهذا بعد أن كان عددهم 745 مليون مشاهدا في سنة 1960 ! ونفس الشيء يمكن أن يقال عن اسبانيا التي تقلص فيها عدد المشاهدين الى أن وصل الى 141 مليون مشاهدا سنة 1983 ، وبعد أن وصل الى 420 مليون مشاهدا قبل ثمانية عشر سنة ! ولا يمكن أن ندرك هول الانخفاض في عدد متفرجي الافلام السينمائية دون أن نقرأ هذه الاحصائيات على ضوء التزايد في عدد السكان ، أمام هذا الوضع لم يبق أمام قاعات السينما الا أن تنتظر «القوة السحرية» التي تعيد لها روادها ، أو تنصرف عن مهمتها الاساسية وتتحول الى قاعات للقمار وللعب والترفيه . وصاحبت هجرة القاعات السينمائية هجرة موازية تمثلت في اصراف الفنيين والتقنيين والمخرجين السينمائيين لممارسة عملهم

في المؤسسات التلفزيونية . لكن هذه «الاعراض» الواضحة تعد «أقل قساوة» على منتجي الافلام السينمائية لو لم ترافقها الزيادة الباهظة في تكاليف انجاز الفيلم السينمائي ، خاصة تلك المتعلقة بالتوزيع والتي تجاوزت كل التوقعات . ففي فرنسا على سبيل المثال ارتفعت المبالغ المالية الموجهة لاشهار وتسويق الفيلم بنسبة 38٪ عما كانت عليه قبل ثلاث سنوات فقط . ونعتقد أن هذه الزيادة ليست غريبة عن بقية الدول . وفرنسا لا تشكل حالة استثنائية خاصة بعد أن تعددت قننوات الاشهار وتنوعت .

أمام هذا الوضع «المخيف» الذي يهدد الفن السابع ، تعمق التفكير في كيفية انقاذ الفيلم السينمائي وإبعاده من حافة «الانهيار» . وارتفعت الاصوات المطالبة بمنع عرض الافلام السينمائية في التلفزيون أيام العطل وفي نهاية الاسبوع حتى يتسنى لقاعات العرض السينمائي من استرجاع جمهورها في مثل هذه الايام ، واندفع منتجو السينما بعنف في صناعة افلام الجنس والرعب قصد الاحتفاظ بشريحة من جمهور قاعات العرض ، خاصة وأن مثل هذه الافلام تحجب في بعض التلفزيونات أو تسجل حضورا محتشما في بعضها الاخر . . لكن يعتقد أن مثل هذه الاجراءات لا تعمل الا على اطالة الامل في انتعاش الصناعة السينماتوغرافية ، لان الوضع يتطلب اعادة النظر في استراتيجية الانتاج السينمائي ، وهو الشيء الذي أقدمت عليه الشركات الكبرى والدول المنتجة للافلام . ففي فرنسا ، على سبيل المثال تم الاتفاق على الاستمرار في

زيادة الانتاج السينمائي مع تخصيص ميزانيات متواضعة للافلام . أما في الولايات المتحدة الامريكية فقد تم الاتفاق على التقليل من الانتاج السينمائي (لم تنتج الشركات الامريكية العملاقة الا 138 فيلما طويلا سنة 1978 ، بينما كانت تنتج سنة 1950 حوالى 500 فيلما) ، من زيادة الاعتمادات المالية لانتاج الفيلم الواحد . من المعروف أن متوسط ميزانية الفيلم السينمائي هي أربعة ملايين دولار ، لكن ميزانية بعض الافلام الامريكية وصلت الى ثلاثين مليون دولار ؟! . مثل فيلم «القيامة الان» : (Apocalypse Now) . وهكذا قامت شركات هوليوود بانتاج بعض الافلام ذات الميزانية الضخمة ، محاولة بذلك ضمان نجاحها في السوق ، وصرفت عليها الكثير من الاموال من أجل تسويقها الاحسن في العالم . فالنفقات التجارية التي اغدقت بها على فيلم «روكي» كانت أكبر من ميزانية انتاجه باربعة مرات ! لكن هل تستطيع هذه الاستراتيجية أن تعيد مجد الفن السابع « الضائع » وتعيد له سنوات ازدهاره ؟ الجواب على هذا السؤال صعب ، وما يمكن قوله هو أن الكثير من الدول لا تستطيع أن تتبنى هذه الاستراتيجية، لانها غير قادرة على تخصيص جزء هام من مواردها المالية للاستثمار في مجال السينما .

استطاع التلفزيون خلال فترة قصيرة من حياته أن يقتحم البيوت ويصل الى الفئات الشعبية ، ويكسب حوالى أربعة ملايين المشاهدين ، بينما لم تتمكن السينما من الاحتفاظ بـ 170 مليون مشاهد فقط ؟!

هل يمكن أن نفسر وضع السينما على ضوء هذه الاحصائيات فقط ؟

ان التفاوت في عدد المشاهدين بين السينما والتلفزيون لا يوضح بقدر كاف حجم الصعوبة التي تعاني منها الصناعة السينماتوغرافية ، لانها لا تعاني من صعوبة في التوزيع فقط ، بل تعيش أزمة ساهمت في صنعها عدة عوامل . والتوزيع على أهميته ، ليس الا عاملا من بين عدة عوامل أخرى . والشعبية التي اكتسبها التلفزيون لا تحمله مسؤولية الوضع الذي آلت اليه السينما . لقد اضطر التلفزيون السى عرض الافلام السينمائية لملء ساعات بته الطويلة ، وهو بهذا يعد من العناصر الفشيطة التي تعمل على فتح منافذ لتسويق الافلام السينمائية . فالشركات التلفزيونية الامريكية تدفع ما بين 30 ٪ و 35 ٪ من كلفة انتاج الفيلم السينمائي مقابل حق عرضه في قنواتها التلفزيونية . وهكذا جنت الشركات السينمائية الامريكية ما قيمته 980 مليون دولار من جراء بيع حق توزيع أفلامها للشركات التلفزيونية الامريكية والاجنبية . وهذا لا يعنى مطلقا ، أن كل الافلام استطاعت أن تحقق مثل هذه المبالغ من جراء تعاقدتها مع المؤسسات التلفزيونية ، فالشركات التلفزيونية الفرنسية تشتري حق عرض الفيلم الفرنسى بما يقارب 3 ٪ من كلفة انتاجه ، وهذه النسبة تعد قليلة جدا ، لكنها تكشف عن المساهمة التي يمكن أن يقدمها التلفزيون للتخفيف من مصاعب الصناعة السينماتوغرافية ، والتي سترداد بدون شك ، بعد التزايد المذهل في الشركات التلفزيونية الخاصة في

أوروبا الغربية ، وبعد أن تشتد ضراوة المنافسة بينها لكسب جمهور المشاهدين .

هل السينما ضحية التطور التكنولوجى في وسائل الاتصال ؟

لو شخصت أزمة السينما في الانسحاب « الجماهيرى » من قاعات العرض ، وتم التمكن في مساهمة التلفزيون في تنشيط الانتاج السينمائي بما يمنحه من أموال مقابل عرض الافلام السينمائية ، فان أزمة السينما تكاد تحصر في انتقال العرض من القاعات « المظلمة » الى القاعات « العائلية » . وهكذا يفسر وضع السينما الصعب بالانتقال الثقافى الذى يعيشه المجتمع « العالمى » الذى جعل السلع الثقافية ذات استهلاك فردى بعد أن كان جماهيريا . ولو تساعلنا عن سبب هذا الانتقال ، فاننا نجده في العامل التكنولوجى أساسا . ومعنى هذا أن أزمة السينما هي الابن الشرعى للتطور التكنولوجى ! لكن كيف أصبحت التكنولوجيا نعمة على بعض الوسائل الاتصالية والثقافية « ونقمة على السينما ؟ »

لا يمكن للتكنولوجيا أن توجد بدون سندها المالى وبدون تطبيقاتها الاجتماعية ولا ثبات ذلك في مجال السينما نذكر بما أكد عليه مؤرخو السينما في كل مرة . لقد اثبتوا أن التطور التكنولوجى في المجال السينمائي كان شديد الارتباط بالضرورات المالية والاجتماعية ، التي تكبحه تارة وتدفعه الى الامام طورا . كيف ذلك ؟

لما كانت السينما صامته « كان من الممكن فنيا ادخال الصوت عليها قبل ثلاثين سنة كاملة من ميلاد الفيلم الناطق » لقد

حاولت الشركة الامريكية اى.تى.تى. (ATT) أن تفعل ذلك ، لكنها لم تفلح نتيجة مقاومة هوليوود ، التى كانت ترى أن ادخال هذه التقنية الجديدة يتطلب امكانيات تكنولوجية جديدة ضخمة . وهذا ما يتطلب استثمار المزيد من الاموال لانتاج نفس السلعة . وهكذا لم تظهر السينما الناطقة الى الوجود الا منذ 1929 . وهى سنة الازمة الاقتصادية التى دفعت برؤوس الاموال «للاستحباب» من قطاعات الانتاج المادى الذى أضرمه الكساد والتضخم ، والتوجه الى الانتاج الثقافى ، فوجدت فى السينما خير مجال للاستثمار فى ذلك الوقت . نفس الشئ يمكن قوله عن الالوان فى السينما التى كانت ممكنة تقنيا منذ سنة 1935 ، لكنها لم تنتج الا فى بداية الخمسينات . وهذا للوقوف فى مواجهة التلفزيون الابيض والاسود . المولود الجديد الذى يملك الخصائص الفنية التى تبشر بتغيير فى خريطة وسائل الاتصال والثقافة . ولا زالت التكنولوجيا لحد الان تقدم خدماتها للصناعة السينماتوغرافية حيث أدخلت ممارسات فنية جديدة على السينما . «المونتاج الالكترونى ، الشاشة العملاقة ، الصوت الستيريو فونى الخ ...» .

الهزة التى انتجت أزمة السينما :

قبل النظر الى التطور التكنولوجى أو التلفزيونى كعاملين مساهمين فى خلق أزمة السينما يجب أن ننظر الى الواقع المتحرك الذى وجدت وتوجد فيه السينما . شهد هذا الواقع هزة عنيفة اعادت هيكلة قطاعات الاستثمار المالى ، ودفعت السينما التى

كانت تحتل المرتبة الثالثة فى التجارة العالمية . قبل القمح والفحم ، فى بداية الحرب العالمية الاولى ، للتقهقر الى الوراء تاركة المجال للصناعات الناقلة للثقافة والمعرفة : الصناعات الالكترونية ، والاعلام الآلى التى فتحت آفاق جديدة لتراكم رأس المال .

من خلال هذه «الهزة» يمكن فهم الازمة الخائفة التى ألمت باستديوهات هوليوود ، وجرت بعض الشركات السينمائية الى بيع ممتلكاتها الى الشركات العملاقة ذات النشاط الاقتصادى غير المتجانس . وعلى ضوء هذه الهزة دائما ، يمكن أن يفهم لماذا لم يعد النشاط السينمائى يشكل نسبة أكثر من 16٪ من رقم أعمال شركة رانك (Rank) التى كانت من أولى الشركات التى توجه كل ما تملك من أموال لاستثمارها فى القطاع السينمائى البريطانى . ولماذا ، لم نعد نعيش على نموذج من شركة باتى (Pathé) الفرنسية فى أول مهدها (بعد الحرب العالمية الاولى) . حيث كانت تتكفل وحدها ببناء الاستديوهات ومصانع التخميض والسحب وأخرى لصناعة الاشرطة . وورشات للصناعات الميكانيكية المرتبطة بالسينما (آلات للتصوير ، آلات للعرض السينمائى ...)

فجرت الهزة المذكورة عدة مجالات للاستثمار المالى . لم تكن موجودة فى السابق ، أو أن وجودها لم يجلب اليه الاييد من الاهتمام والمال ، ومن هذه المجالات يمكن أن نذكر الاشهار ، الذى استطاع أن يحقق فى الولايات المتحدة الامريكية على سبيل المثال 23 مليار دولار سنة 1973 ، فى حين أنه لم يستطع أن

لم يخدم التلفزيون السينما بنفس الدرجة التي خدمت بها الاذاعة الاسطوانات الغنائية والاشربة . فالاذاعة تبث عدة أنواع درامية وفنية تعتمد اعتمادا شبة كلى على الانتاج الموسيقى والغنائى . وهكذا تحولت الاذاعة الى مروج أساسى للصناعة « الغنائية » . بينما لم يعتمد التلفزيون على الانتاج السينمائى ، بل طور عدة أنواع « ابداعية » ، والجماهير المتهافة على مشاهدة التلفزيون تهتم اليوم بالحصص التى تقدمها التلفزة أكثر من اهتمامها بالافلام . لو أخذنا ما توصلت اليه عملية سبر الاراء مأخذ جد ، فاننا نجد أن المشاهدين فى بريطانيا يفضلون المسلسلات التلفزيونية الطويلة على غيرها من الحصص التلفزيونية بينما ينصب اهتمام المشاهدين فى ايطاليا على الحصص الترفيهية والالعب ، وهنا يكمن الخطر الاساسى ، لان تطور الالعب (خاصة الالكترونية منها) أصبح منافسا خطيرا للفتوات الموصلة للثقافة والمعرفة .

ان تأثير أزمة السينما لا تقف عند عادة التوجه الجماعى لمشاهدة الفيلم ، بل تمتد لتخلخل « التقاليد الثقافية » و « تشكيل رغبة الذوق » التى أصبح التلفزيون يساهم فيها بشكل ملفت للنظر ، لكن بشكل تغلب عليه السلبية . لان المشاهد التلفزيونى لا يبذل جهد التنقل من بيته ، بل يكون فى حالة « الاسترخاء » وهو ينظر الى الصور المتدفقة فى الشاشة الصغيرة ، وهذا ما شجع على الاستهلاك غير النشط . كدت أن أقول غير الارادى — للثقافة ، وتفقد الافلام التى تعرض فى التلفزيون « وهجها وسحرها » لما تضعى فى السيل المتدفق من الصور والحصص

التلفزيونية التى سطح الثقافة فى ساعات البث غير المتناهية . لقد استطاعت السينما أن تقطع خطوات هامة ومعتبرة فى مسيرة تطورها حتى وصلت الى تثبيت ما أصبح يطلق عليه بالخطاب السينمائى الذى رقى البنية السردية فى السينما وصلها . فالسينما فى بدايتها الاولى كانت تثبت الكاميرا لتصور المشاهد التى أمامها لا غير ، وعملت التلفزة على الاستفادة من هذا التطور ووظفته وفق خصائصها الفنية .

وفى حالة استمرار الشاشة الصغيرة فى الاستحواذ على الجمهور . فانها تدفعه للتخلى التدريجى عن الارث الفنى الشخصى الذى اكتسبه من السينما . وذلك لان الشاشة الصغيرة تعد وسيلة صوتية أكثر منها تشخيصية ، لانها تسعى لتكسب فى العمق ما ينقصها فى العرض ، ويصعب على المخرج التلفزيونى الجيد أن ينجح فى اظهار اشعاع وجمال العالم الفيزيائى الذى يعيش ويعمل فيه الناس ، ويستطيع أن يظهر لنا انعكاس هذا العالم فى عيون الناس وفى وجوههم .

اذن ، هل يمكن القول أن السنوات القادمة ستمضى على شهادة وفاة الفن السينمائى ؟ وهل سنودع المهرجانات السينمائية الدولية التى لا زالت تسمى لحقن السينما بدم وحماس جديد ؟ وهل سنفقد تلك اللحظات التى نلتقى فيها لمنتقاسهم متعة المشاهدة ، وينزوى كل واحد فى مكانه ، ينظر الافلام فى التلفزيون أو فى شريط الكاسيت ؟

ستجد كل هذه الاسئلة الاجوبة فى الايام القادمة بعد أن يتحدد مسار الهزة التى ذكرناها آنفا .

الوجه الخفى للاعلام:

لما أغتيل الرئيس الأمريكى « ابراهام لينكون » فى أبريل 1865 ، استغرق خبر مقتله ستة أشهر كاملة ، ليعم الولايات المتحدة الأمريكية وحدها . ولما أغتيل الرئيس الأمريكى « جون كنيدي » فى سنة 1963 ، سمع جل الأمريكين بالخبر فى السهاعة التى تم فيها . أما خبر تنفيذ حكم الإعدام فى نيكولا شاوشيسكو ، فقد عم أرجاء العالم فى الدقيقة التى جرى فيها !

هذه الحقائق تبين بكل وضوح مستوى تطور وسائل الاعلام ، وفعاليتها فى التغلب على الوقت . وعلى المسافات من أجل توصيل الخبر وإطلاع الناس على ما يجرى ، لكن ، هل يستخدم هذا التطور دائما لتقديم خدمة اعلامية فقط ؟

البعض من تابع عبر وسائل الاعلام ، الأحداث الدامية التى عاشتها رومانيا فى الايام الاخيرة من سنة 1989 . دهش من هول ما رأى وسمع . وبعد أن زالت الدهشة وظهرت بعض العناصر التى تكشف عن التلاعب بالأحداث ، تسأل صادقا : « هل يستطيع الاعلام فى اندفاعه المجنون أن يتجاوز حدود أخبار الناس بما يجرى حولهم الى المتاجرة بتضحياتهم

وآمالهم ؟ » لكن ، من قال أن الاعلام معصوم من المتاجرة بالمال والسياسة ؟ انه يخضع بدوره الى قاعدة ■ مصائب قوم عند قوم فوائد » ، وفى خضوعه هذا يماط اللثام عن الاهداف التى تحرك الاعلام ■ أحداث رومانيا الدامية ، استفاد منها الشعب الرومانى والاعلام « الغربى » ■ لقد عبر هذا الأخير عن قوته وجبروته ، فهل كان نيكولا شاوشيسكو يدرى أنه يقدم فى آخر حياته خدمات جليلة للاعلام . ولذاك الاعلام الذى كان يمقته .

لكن ما هى الفائدة التى جناها الاعلام من الأحداث الدامية التى عرفت رومانيا ؟ هل أن اعلام الجمهور عن الحدث (عن ما جرى) فى وقت حدوثه يعد فى عرف مؤسسات الاتصال الجماهيرى المعاصرة فائدة ؟

وراء حشد الصحافيين الهائل ، الذى كان يتابع الحدث الرومانى ثانية بثانية فى عين المكان — حوالى 120 صحفيا من فرنسا وحدها بدون ذكر طاقمهم الفنى — كان آلاف البشر مشرأبى الأعناق ، ومرهفى السمع لآخر الاخبار القادمة من رومانيا . كان أرباب المؤسسات الاعلامية جاحظى العين لمراقبة الارتفاع فى توزيع الصحف ، وارتفاع عدد المستمعين والمُشاهدين ، لان مثل هذا الارتفاع معناه التأهل للفوز بمورد مالى جديد مقابل الاشهار ■ وبالمناسبة من هو المعلن الذى لم يسئل لعابه أمام اغراء تقديم لقطات اشهارية قبل الجريدة المصورة التى تنصدها أخبار رومانيا ؟

لما كان الشعب الرومانى فى الشارع يخوض معركته ، كانت وسائل الاعلام « الكونية » تخوض معركتها فوق التراب

الرومانى • لذا احتفظ مندوبوها بما تحصلوا عليه من معلومات أو شظايا المعلومات • احتفاظهم بالاسرار العسكرية الخطيرة • خوفا من التسرب المضيع للسبق الصحفى • ان ابقاء بعض المؤسسات الاعلامية مرتبط بمثل هذه الاوضاع • انه امتحان عسير •

ما يلفت النظر ، فيما نقلته وسائل الاعلام المرئية من أحداث رومانيا ، هو أنها هزت المقولة التى يرددنها بعض أساتذة الاعلام كمسلمة : « ان تزايد عدد الصور التى تعرض فى اليوم حول شىء ما ، تنتهى بشكل سحرى الى تنفيذه ، وجعله أمرا عاديا ، حتى وان كان ذلك الشىء أكثر درامية » ، ووسائل الاعلام التى رمت بكل ما تملك من ثقل ، وأغرقت التلفزيونات بالصور عن أحداث رومانيا ، لم تزد هذه الاحداث الا درامية ، لكن من أين يأتى كل هذا البعد الدرامى ، هل جاء نتيجة توظيف المبتكرات التكنولوجية لأول مرة فى التاريخ ، مثل آلة الاتصال التى استعملتها القناة الاولى الفرنسية ، والتى تسمح ، بفضل مظلنتها ، بالارسال الهاتفى والتلكسى عبر القمر الصناعى مباشرة (1) ؟ أم أنه وليد ارادة هذا الجيل الجديد من الصحافيين الذى لا ييخل بحياته فى سبيل المهنة الى حد وضعها تحت عجلات الدبابات ؟ أو يعود الى المؤسسات الاعلامية ذاتها التى أرعدتها المنافسة الشرسة ، بعد البروز الاستعراضى للتلفزيونات الخاصة ، فزادت من عدوانيتها فى التعامل مع الحدث الرومانى ؟ أو أن البعد الدرامى أنتج تلفزيونيا بفعل ارادة سياسية وايدولوجية تسعى الى تصفية الحساب مع

« الكتلة الشرقية » ودفع « رأى العام » الى فهم كل التغيرات التى تجرى فى هذه الكتلة انطلاقا من « رومانيا » ؟ هذه الاسئلة تجد مشروعيتها فى ذاك التهويل الاعلامى الذى عرفته الاحداث المذكورة ، وفى ذاك النفخ الارادى فى الحقيقة التى صنعها الشعب الرومانى ، والذى « أنجزته » وسائل الاعلام « الغربية » من أجل تحقيق غاية لا تقصح دائما عنها • يبدو أن النفخ لم يشبع نهم وسائل الاعلام ، فراحت تخلق أحداث مزورة ، « فمجزرة تمشورا » التى عرضتها تلفزيونات العالم ، وقدمت كوثيقة لادانة النظام ليست فى الواقع الا « جثثا » مهربة من المستشفيات رصفت « لفبركة » الحدث ، وقد سمح التهويل الاعلامى بقبولها بدون تردد أو أدنى شك وحقت ما كانت تصبو له : « ان مذبحه تمشورا الزائفة هى بلا شك ، أكبر خدعة منذ اختراع التلفزيون • فقد روعت هذه الصور مشاهدى التلفزيون الذين تابعوا بانفعال طيلة أيام أحداث « الثورة الرومانية » (2) •

لقد كانت أحداث تمشورا « الخداعة » ذريعة لاطلاق العنان للخيال الاعلامى الخصب • فرغم أن الوقائع تؤكد أن عدد الاموات لم يتجاوز 700 قتيل ، الا أن التلفزيون فسخ المجال لاندفاع الصحافة المكتوبة فى رفع درجة الاستنكار والتنديد بهذا النظام الذى جعل الاموات فيه يحسبون « بالسنتيمتر المكعب » ! ، « يتحدث البعض عن سيارات القمامة التى حملت أعدادا لا حصر لها من الجثث الى أماكن مجهولة لدفنها أو حرقها » (3) •

أشهر من طرف الاشخاص الذين استولوا على الحكم • لقد قدم التلفزيون الرومانى شريط أخبار القناة التلفزيونية الثالثة في آنه ، والكل يعرف ما تكبده أعضاء لجنة الانقاذ من صعوبة كبيرة لتقنييد هذا الخبر أو هذه الوشاية ، كيفلا ، وهذا الخبر يخاطب الشعب الرومانى ذاته ، بشكل آخر ، ويوحى له أن التضحيات التى قدمها قد ذهبت هباءا منثورا ، لقد أكل ثمارها آخرون • هكذا ، لا تكتفى وسائل الاعلام التى غطت أحداث رومانيا بما رأيته • لقد غطت ما تريد أن تراه ، وكأنها تريد اقامة نظام سياسى يوافق أهدافها ومزاجها ؟ بعد أن بدأت الاوضاع في رومانيا تركن نحو الهدوء ، واتضح أن مجزرة تمشورا كانت «مفبركة» واستغلت «لضرورة الاخراج التلفزيونى» ، وأن لا وجود للعرب الذين قيل أنهم كانوا يقاتلون مع الشرطة التابعة لساوشيسكو ، لم تتدخل وسائل الاعلام في أنها لتقول أن ما قدمناه عن رومانيا كان يحمل قدرا كبيرا من الخداع والترفيف ، ولم تحاول أن تخلق من هذا الخداع قضية أو حدث ، فتنبش عن الخيوط التى كانت وراء الزيف وتعرض الاغراض التى كانت وراء كل هذا التزوير في الاحداث • لم تحاول وسائل الاعلام التى تسابقت لنقل « ثورة رومانيا » أن تتسابق للاعتذار عن الاستغلال الفاحش لشعور الجمهور ، والتلاعب بعواطفه •

كشفت أحداث رومانيا بشكل واضح الضغوط التى تمارس على المؤسسات الاعلامية (ضغوط اعلامية وسياسية وتجارية) ووراء هذه الضغوط تتحدد ملامح الصحافى في أواخر هذا

القرن ، لقد اندثرت الصورة الوهمية الجاهزة التى كانت تقولب الصحافى وتظن أنه يقدم عمله بالشكل التالى :

« الحقيقة تكمن في فظاظة الاحداث ، وفي الوثائق التى أقدمها لكم ، لقد كنت في عين المكان ، وفتحت ميكروفونى ، وأدرت آلتى التصويرية ، وما أنا أقدم لكم ما سجلته ، لن أقول لكم لماذا وقع هذا الحدث ، ولن أحدثكم عن جوانبه الاخلاقية، ولن أقول لكم فيماذا يعينكم هذا الحدث ، لقد ذهبت الى مكان الحدث فنقلت لكم ما رأيته • فانظروا واحكموا بأنفسكم » •

ان الاخبار تعبر عن حاجتين متلازمتين ، حاجة الجمهور للمعرفة ، وحاجة المؤسسة الاعلامية ، وطبقا للحاجتين المذكورتين تؤول الاحداث والقضايا • أنظروا كيف تم تأويل الحدث الرومانى ، بعض وسائل الاعلام تقول أن ما جرى هو نتيجة منطقية لحيوية الاشتراكية التى نشطتها البرسترويكا ، وبعضها الاخر يقول أنها حجة تؤكد على أن النظام الرأسمالى هو الاقوى دائما ، وهو الابقى ، أما وسائل الاعلام في الدول النامية فماذا قالت ؟ جلها لم تقل شيئا ، بل كررت ما قيل ... والتكرار عن رومانيا ليس وليد الاحداث المذكورة فقط • انه قديم •

فلما كان شاوشيسكو في موقع قوة ، مبتعدا عن الدول الاشتراكية الاخرى ، بهذا القدر أو ذاك • مقيما علاقات طيبة مع اسرائيل ، قيل عنه أنه الشيوعى الوحيد المستقل برأيه والمنفتح عن العالم الديمقراطى • فكررت بعض وسائل الاعلام

في الدول النامية بابتهاج هذا القول ، ولما تغيرت الاوضاع قليل
أن شاوشيسكو ديكتاتوري وسفاح (هذا لا يعنى أنه ليس
كذلك) ابتهجت بعض وسائل الاعلام في الدول النامية بعظمة
هذا الاكتشاف .

ما تميزت به بعض وسائل الاعلام في الدول النامية أثناء
الحدث الروماني هو عدم اكتفاءها باجترار الحقائق التي
نفختها وسائل الاعلام العالمية ، انها اجتهدت بدورها ،
ونفخت في الاحكام التقييمية وفي الاوصاف والنسوت التي
فاضت بها برقيات وكالات الانباء . هكذا ، قتلت شاوشيسكو
بالكلمات بعد أن مات ! ما أصعب قتل الاموات ! انها شجاعة
حقا !

اذن ، هل قدر على هذه المؤسسات الاعلامية الانتظار حتى
تطلع عليها وسائل الاعلام العالمية بأخبار تقول أن فلان أو
علان ديكتاتوري . ساعتها تهجم عليه وتفرغ فيه شجاعته دون
أن تدري الخلفيات التي تحرك هذه الوسائل .

1 - Algerie - Actualité du 11 ou 17 Janviér 1990

2 - لموند بلوماتيك : مارس - افريل 1990 .

3 - Nouvel observateur : Decembre 1989

4 - Nouvel observateur : 11 Janvier 1990

من ملامح المستقبل الثقافي

لست أدري من أين يأتي الافتخار والتباهي باكتساب
الهوائيات المقرة ؟ هل هو شكل من البوح بالانتماء الاجتماعي
والتمايز الثقافي عن الآخر ؟ أم هي فرصة الانتقام من
«التلفزيون الوطني» ؟ أم هي «اللهفة» لمعرفة الغير ،
والتطهر من الاحساس بالنقص والمقد . لكن جمرة « اللهفة »
ستنطفئ أمام « كرنفال » الصور والرموز ، وتصفر الذات
المشاهدة وتتحول الى كائن ساكن . يغمره الخمول ، ويشده
الارتهاق عن التساؤل : ماذا تجنى التلفزيونات الاوروبية من
تصدير الثقافة الامريكية الى شعوب الدول النامية عبر اقمار
البث التلفزيوني المباشر ؟ ..

نطفح صفحات الجرائد بالاراء حول ظاهرة «الهوائيات
المقرة» ، فالبعض يرى فيها المفر الوحيد من سلطة القناة
التلفزيونية الواحدة والاحادية . وملجأ يتحرر فيه الكبت
الاعلامي والثقافي من الوصاية والرقابة ، من المحرمات
« والطبوات » ، والبعض الآخر ، يراها « رياحا عاتية » تقلع
جمهور الدول النامية من جذور انتماء الحضاري ، وتفتت
وحدة تماسكه الثقافي .

هذه الاراء معروفة ، وتكاد أن تحفظ عن ظهر قلب من كثرة
الاجترار . لكن ، ما يلفت النظر أكثر ، هو ذاك الرأي الذي

الوطنية « أساسا ، وفي عجزها عن تلبية حاجة المواطنين
للإعلام والثقافة والترفيه ، لكن ، هل يمكن أن تقتنع بهذه الحجة
كبدئية وكحقيقة علمية تستغنى عن النقاش والجدل ؟

أين هو الضعف ؟

بدون السقوط في تبرير نشاطات التلفزيونات الوطنية في
الدول النامية ، نتوقف قليلا متسائلين عن وطنيتها من خلال
التحديد الكمي للإنتاج التلفزيوني ، وتعيين موطنه .
عدد الدول التي تستورد أقل من 15٪ من المادة السمعية
البصرية المعروضة في قنواتها التلفزيونية قليل جدا ، حيث
لا يزيد عن الستة ، وهي : الولايات المتحدة الأمريكية ، الاتحاد
السوفياتي ، اليابان ، فرنسا ، إيطاليا ، أما باقى الدول ،
خاصة النامية ، فتستورد أكثر من 60٪ من برامجها التلفزيونية ،
علما أن 40٪ المتبقية ليست كلها وطنية حيث يوجد فيها ما يؤخذ
من الشركات العالمية للأخبار ويصنع محليا . فالأخبار الخارجية
(السياسية والاقتصادية والثقافية والرياضية ...) تأتي في
مجموعها من : Vis news الإنجليزية ، و

United press international télévision news

الأمريكو - انجليزية ، وكالة (Columbia Broad Casting system)
الأمريكية وغيرها من الوكالات ...

كما استطاعت عدة محطات تلفزيونية في الدول النامية عرض
عدة أفلام ، خاصة الأمريكية ، قبل أن تعرضها القنوات
التلفزيونية الأوروبية ، والسبب في ذلك يعود لسعر الأفلام
الذي ليس واحدا موحدا ، في الأسواق العالمية . لان هناك

يتوسطها ، المتظاهر بالعقلانية والمنطق ، من خلال دعوته للقبول
بالامر الواقع والركون الى مسار التطور التكنولوجي ، الذي
لا تملك شعوب الدول النامية ازاءه الا الاستسلام والانتفاع
بقوائده . والصبر حتى يتم التآلف معه وتصبح الهوائيات
المقكرة شيئا عاديا لا يختلف عن الهوائيات « الكلاسيكية » ،
وبالتجربة ، يكشف مدى الاندماج والانسجام مع البرامج
التلفزيونية التي تتدفق عبر الاقمار الصناعية ذات البث المباشر ،
ثم ، ألم يتم الاندماج مع أجهزة الراديو بعد أن كان الاستماع
ليها محظورا وسط العائلة ؟ والان ، تردد الاصوات في الدول
النامية ، التي تطالب باستخدام الاذاعة في التنمية ، والتلفزيون
ألم يصبح هو الآخر ، خلال فترة قصيرة ، قطعة أثاث في
بعض البيوت ، لا يبعث على الانبهار ولا الخشية على الكيان
الاجتماعي والثقافي ...

هذا الرأي « العقلاني » بجهد كل محاولة للبحث عن ذاك
المشء الدفين الذي يدفع بعض أبناء الدول النامية الى انتاج
الخطب التي تتفوق في مدحها وتمجيدها للبث التلفزيوني ، عن
وكلاء الشركات العالمية المختصة في اشهار الاقمار الصناعية
والانتاج السمعي / البصري ، وفي ذات الوقت ، يسد هذا
الرأي ، منافذ التفكير في الاسباب التي جعلت البعض يتبارى
في التنديد بهذا النوع من البث التلفزيوني ...

لا نجهد أنفسنا كثيرا في البحث عن حجة مدح البث
التلفزيوني المباشر ، انها جاهزة على أكثر من لسان ، ولا تتمثل
في الاشتتان بكل ما هو جديد فقط ، بل في « فقير التلفزيونات

جملة من العوامل التي تتدخل في تحديده وهي : موقع القناة التلفزيونية وأهميتها ، عدد المشاهدين ، ساعات البث التلفزيوني ، الاوقات المخصصة للاشهار ومواعيد بثه الخ ... لذا ، نجد أن تلفزيونات الكثير من الدول تتحصل على أفلام قبل أن تعرض في بعض التلفزيونات الأوروبية الكبرى لانخفاض سعرها .

اذن ، الحكم على ضعف تلفزيونات الدول النامية يستثنى البرامج الاجنبية ، وينطبق على الانتاج الوطني (الذي هو قليل) . وهنا ، تتوجه أصابع الاتهام الى البرامج الاخبارية على وجه التحديد ، التي تفتقد بعض المقومات الاساسية : الارسال المباشر الذي يعطى للحدث التلفزيوني أنيته وتلقائيته ويوحى بمصداقية أكثر . نقص العمق والتنوع في المادة الاخبارية نتيجة الاطناب اللفخلي والجنوح نحو التبرير والتهليل ، والابتعاد عن تفاصيل الحياة التي يعيش فيها المشاهد والتي تهمة مباشرة .

بالاضافة الى هذا ، يقاس ضعف « التلفزيونات الوطنية » بغزارة البث التلفزيوني (البث لمدة 24 ساعة يوميا في عدة قنوات تلفزيونية) . مما يرسخ الاعتقاد لدى المشاهد بأنه حصر في اختيار البرامج التلفزيونية التي يريد في الوقت الذي يشاء ، لكن لو تأملنا مليا في برامج البث التلفزيوني المباشر فأننا نلاحظ بكل بساطة حجم التكرار في البرامج ، أي عرض نفس الافلام والمسلسلات التلفزيونية في اوقات مختلفة ، أو عرض أفلام مختلفة من ناحية الاحداث والابطال والتفاصيل السردية ، ومتشابهة من ناحية الخطوط العامة ، حيث نجد

نفس الاحكام التقنية تطارد الاسود ونفس الخصال تلتصق بالرجل الابيض ، ونفس النظرة للمرأة وللحياة وللعمل وللحب وللأسرة وللشجاعة و ...

هل كل جديد لذة ؟

الحديث المفعم بالنشوة عن الهوائيات المقمرة لا يستمر طويلا ، بل يفند المثل الشعبي : « لكل جديد لذة » ويحواله الى « لكل جديد نصيبه من الخوف » والخوف هنا ليس غريزة لدى الانسان المشاهد بقدر ما هو عصاره رؤية فكرية للعرض التلفزيوني ، فالمادة الدرامية في التلفزيون لا تسعى الى استعراض الواقع Spectacularisation DU REEL بقدر ما تسعى الى اصفاء الطابع السحري والخيالي على نقاط التفصيل بين الاقتصاد والثقافة .

ففي الوقت الذي تتحدد فيه ميكانزمات الوحدة الاقتصادية الأوروبية على عدة مستويات نجد بشكل متواز نشاطا دؤوبا لبناء « التلفزيون الأوروبي Europa - T.V. * » ، والذي تشارك في تنشيطه عدة تلفزيونات أوروبية نذكر منها : (A.R.D.) ألمانيا الاتحادية ، (R.T.E) الارلندية (R.T.P) الإيطالية ، و البرتغالية (R.A.I) البلجيكية وغيرها . تعزز هذا النشاط بمضاعفة التجارب في الحقل السمعي /

* هذا النشاط لم يكمل بالنجاح . وما تم انجازه في هذا المجال يتطلب الإشارة اليه هو TV 5 Europe وهي قناة تلفزيونية فرنكفونية تقدم مختارات من التلفزيون الفرنسي والسويسري والبلجيكي وبرامج تلفزيون الكييك (كندا) وتبث من خلال الكابل على الدول الأوروبية ، وتمس شمال افريقيا (المغرب ، الجزائر ، تونس) على وجه التحديد من خلال البث المباشر . لقد شرعت هذه القناة في البث سنة 1984 .

البصري مثل : انشاء الديوان الاوروبي لتوزيع الافلام R-T-B-F والصندوق الاوروبي للتعددية اللغوية (babel) وهذا قصد التكفل بدبلجة الافلام والشرائط التلفزيونية ، والجمعية الاوروبية من أجل انشاء السوق مستقل للانتاج السمعي / البصري EVRO - AIM والصندوق الخاص بدعم المؤلفين ومخرجي الانتاج الفيلمي (1) تؤكد هذه التجارب المكثفة عن الارادة الملتزمة في تثبيت الهوية الثقافية الاوروبية والحفاظ على تمايزاتها وتنوعها ، وهذا ، لتجاوز الواقع التلفزيوني الهجين في أوروبا والذي عبر عنه البعض بتهكم مرير : « انه مجموعة برامج أمريكية لتلفزيون ياباني » (2) ، اذن : ماذا تجنى الدول الاوروبية من تصدير الثقافة الامريكية الى أبناء العالم الثالث عبر أقمار البث التلفزيوني المباشر ؟

الشطر الاول من الاجابة على هذا السؤال يقدمه الاشهار الذي يحتل نسبة هامة من البث التلفزيوني المباشر . وذلك لانه مثل السلع التي يروج لها ، لا موطن له . يعمل على «تقريب» الثقافات وتذويب الخصوصيات على قاعدة النمط الاستهلاكي الواحد ، وطريقة الحياة والتفكير الواحدة . فالعالم في عرف الاشهار هو «امتداد لسوق واحدة» . والمردود المالي والثقافي للاشهار جعله من بين العوامل الحاسمة في «ميلاد» الاقمار الصناعية ذات البث المباشر . لان الدول النامية كانت في السابق تجزؤه بفعل الرقابة التي تمارسها على التلفزيون . أو تقيده بمجموعة من الشروط . أما الآن . فقد منحت الاقمار الصناعية ذات البث المباشر للاشعار الفرصة الذهبية للانفلات من الرقابة والتحرر من كل الشروط .

في الوقت الذي يكتسح فيه الحيز الثقافي في البلدان النامية بشكل لا نظير له ، نقف متأملين الفئات الوسطى في هذه البلدان التي «تختنق» بوفرة السلع التي تطفح من «الهوائى المقعر» وهي عاجزة عن استهلاكها نتيجة للحواجز الجمركية التي تمنع دخولها الى بعض البلدان ، أو لارتفاع ثمنها ان دخلت الى بعضها الآخر ستقولون انها تزداد كبتا وحرمانا وتتغلغل بحريق الاستهواء . أو تقولون ، أنها تشتمل نقمة على واقعها وعلى تاريخها .

أما الشطر الثاني من الجواب . فيتمثل في قواسم الوحدة والاختلاف بين ثقافة أوروبا الغربية والثقافة الامريكية التي توزع الادوار بينها لابقاء المركزية الثقافية رغم هزات العصر الراهن . ففي الماضي القريب كانت المركزية تعبر عن وجودها من خلال النمط المكتوب وفي المؤسسات الثقافية والاجتماعية التابعة والتي لخصها أحد الصحافيين الافارقة قائلاً : «لسن استرسل في الحديث عن الكتب المدرسية أيام كنت تلميذا في الصف الابتدائي . لكنى استطيع أن أؤكد أنني عرفت الكثير عن تاريخ وجغرافية فرنسا أكثر من معرفتي لوطني : غنيا» (3) ونعتقد أن مستقبل المركزية سيزدهر من جراء البث التلفزيوني المباشر وتهافت المشاريع التلفزيونية . والا كيف نفسر الاصرار على انشاء القناة التلفزيونية الخامسة الموجهة لافريقيا (T.V. 5 Afrique) ؟ والتي تبث مختارات من برامج

* يمكن ان نشر هنا الى مشروع «CANAL Horizon» المتينق من القناة التلفزيونية الفرنسية CANAL Plus والشركة الفرنسية SOFIRAD والموجه الى افريقيا . سينطلق في اواخر سنة 1990 حسب تصريحات مديره السيد سارج عدة .

القناة الفرنسية الخامسة لمدة ساعتين أو أربع ساعات يوميا ،
وستغطي شمال القارة الافريقية وتمس حتى سوريا •

ضرورة الاستسلام أو ختمية المقاومة ؟

هل يكفي التنديد بالبعث التلفزيوني المباشر = ولعنة الزمن
الذي «ولدت» فيه الهوائيات المقمرة ؟ أو يجب العمل على
مقاومتها ؟

يعتقد البعض أن المقاومة في هذا الميدان هي حلم من أحلام
اليقظة ، لأن من هو ضعيف في الأرض لا يستطيع أن يكون
قويا في السماء •

المقاومة هنا ، تعنى إعادة النظر في الانتاج التلفزيوني الوطني
وفي شكل تقديمه • أي زيادة الانتاج وتحسين محتواه ليعكس
حقائق المجتمع وتنوعه ويساير التطور المعرفي والجمالي
للجمهور ، ويمنح حرية اختيار البرامج المرغوبة في الاوقات
الملائمة • وللوصول الى هذا المستوى من التطور في الانتاج
السمعي / البصري يقترح البعض فتح قناة أو عدة قنوات
تلفزيونية أخرى • لكن ما مصير القناة الجديد اذا كانت القناة
القديمة تعاني من عجز واضح لملء ساعات البث • ما هو مصير
هذه القناة بدون المشروع الفعلي في تكوين ممثلين ومخرجين في
المسرح والسينما • وبدون تنشيط الانتاج السينمائي وتطوير
الفنون الجميلة والرقص والموسيقى ، وبدون ترقية التكوين
الصحفي والانتاج الادبي • وفي ظل تشتيت الطاقات الابداعية
والفكرية والعلمية • والابتعاد عن اقامة تعاون ثقافي فعال في
المجال السمعي / البصري •

هل تستطيع الدول النامية أن تقف على ارجلها وتحمي نفسها

من المد السمعي / الصري • اذا بقيت مصر على ان البث
التلفزيوني المباشر هو تحدى ثقافي فقط • ويتطلب «أسلحة»
ثقافية للمواجهة لا غير •

نعتقد أن جبهة المواجهة واسعة وتتطلب قدرا كبيرا من الشجاعة
والرزانة للمقاومة بأسلحة أخرى ، غير تلك المعروفة على
المستوى الثقافي •

اذن ، فلينفجر النقاش وتحك الأفكار ببعضها وتتصادم من
أجل المشاركة الفعلية في صنع المصير الثقافي • لأنه ليس من
المعقول أن ينوب عن الشعوب النامية البعض ويصوغ مستقبلها
الثقافي •

واذا لم يتم العمل الآن ، فإن احتمال استدراك الوضع الثقافي
سيكون صعبا اذا لم نقل مستحيلا • وذلك لان الصور المتدفقة
عبر «الهوائيات المقمرة» ليست خرساء ، انها تخاطب الوجدان
والاحساس وتغلب الفكر والاهتمامات والانشغالات • فكيف
يتم اقناع المشاهد الذي «ثمل» بأفلام معينة • وبنوعية معينة
من الشرائط والابطال ، اذا أردنا أن نقدم له رؤية مغايرة لما
يعود عليه ؟ وكيف يتقبل المشاهد الذي سلخ الساعات من عمره في
مشاهدة نوعية معينة من الاخبار وتآلف مع قيم اخبارية معينة
اما نقد مله قيم مغايرة في أحسن ثوب مهني وتكنولوجي ؟
كيف نستطيع أن نحدثه عن شجوننا الاقتصادية وعن آمالنا وهو
الذي يقف الساعات يبحلق في الرخاء والرفاهية والهناء والقوة
في الصور الاشهارية التلفزيونية ، كيف •••

(1) - Le monde diplomatique : mars 1989

(3) - Les nouvelles chaines : presse univer - situaro de
France : 1983 page 150 .

هل الماضي يأتى غدا ؟

غريب أمر هذا العالم حقا، فبقدر ما يتجه حاليا نحو التفتح والتعددية على الصعيد السياسى وتتم مباركة هذا الاتجاه ، بقدر ما تزداد ميكانزمات الانتاج والتوزيع الثقافى والاعلامى متانة، فى سبيلها نحو الاستقطاب لتثبيت الهيمنة والاحادية ، والغريب ان هذه الميكانزمات تعرف هى الاخرى مباركة أيضا.

من يشك فى صحة هذا القول، فليلاحظ مضامين الجرائد العالمية وحتى الوطنية بكل تأنى فهامش الاختلاف بينها يكاد أن يغيب وان وجد، فوجوده أصبح لا يثير الاهتمام، لقد ظهرت المؤسسات الاعلامية العملاقة التى تضع مادتها الاخبارية وتقدمها جاهزة للطبع فى الجريدة أو للبث فى الاذاعة أو التقديم والعرض فى الشاشة الصغيرة. وهكذا نجد أن الاحداث هى ذاتها التى تحلل صدارة اهتمام وسائل الاعلام المختلفة لان هناك من يسهر ويعمل على «فرض» هذه الاحداث بعينها وتقديمها على أنها هامة وأساسية.

إذا كانت التعددية سهلة التحقيق على الصعيد السياسى اليوم، بمعنى سهولة انشاء أحزاب سياسية وجمعيات فى عدة مناطق من العالم، فان تلك السهولة تنعدم على الصعيد الاعلامى

والثقافى، فحق الشعوب فى اسماع صوتها أو رأيها وتقديم خصوصيتها الى بقية أبناء العالم هو حق مؤجل الى عصر آخر لانه «مستحيل» فى الظرف الحالى، فالدول الليبرالية التى سلخت قسرونا من عمرها لتشييد صرح الديمقراطية فى المجال السياسى، قد فشلت فى تجسيد حق الجميع فى

الاتصال والتواصل الاعلامى والثقافى على الصعيدين الداخلى والخارجى (الوطنى والدولى ٠٠٠) وهذا رغم ترسانة التشريعات القانونية المسخرة لذلك، والدعم المالى الذى تقدمه لبعض وسائل الاعلام لمساندتها فى الصمود والمنافسة، والافلاس الذى مس بعض المؤسسات الاعلامية هو خير شاهد على صعوبة تجسيد التعددية الاعلامية، فحرية الاعلام والتوصيل غالية جدا، وغلاؤها لا يقدر بالمال فقط، بل يقدر بقوة التكنولوجيا، وقوة المهارات وقوة التكتلات...

من منكم يتذكر مطالب النظام الاعلامى الدولى الجديد الذى رفعته دول العالم الثالث فى السبعينات ؟

لقد نسيت هذه المطالب، وأضحت مجرد ذكريات غائرة فى عمق التاريخ، تخجل بعض الدول لانها طالبت بها فى وقت ما من تاريخها.

قد يجد البعض ألف سبب لنسيان هذه المطالب، قد يقول انها كانت عبارة عن فورة غضة على الاوضاع الثقافية والاعلامية

المزرية التي كانت تعيشها شعوب الدول النامية أو أنها كانت «طوباوية» لم تأخذ بعين الاعتبار وقائع العصر، أى الحقائق المستجدة على الساحة الدولية، والأوضاع الصعبة التي تعيشها الدول النامية والتي أرغمتها على البحث لضمان لقمة العيش قبل لقمة الفكر والأعلام.

لكن المفارقة التي تواجه كل مستهلك للمادة الاعلامية والثقافية في هذه الدول تتمثل في أن الكف عن الحديث والمطالبة بتعديل أو تغيير النظام الاعلامى الدولى قد قابله تزايد شديد في التبعية الاعلامية، والتفاوت الاعلامى بين دول الشمال والجنوب وصل الى مرحلة لا مثيل لها، وهذا بفضل التطور التكنولوجى الرهيب خاصة في المجال السمعى البصرى وأيضا بفضل تطور المؤسسات المنتجة للثقافة والأعلام.

يبدو أن النظام الاعلامى الحالى قد تجاوز الحالات السابقة، والتي كانت موضع احتجاج. أنه يبشر بقرب ميلاد الجريدة العالمية الواحدة والاذاعة العالمية الواحدة، والتلفزيون العالمى الواحد، هذه النزعة نحو التوحيد والاحادية لا تهدد دول العالم الثالث بابتلاع استقلالها الاعلامى وسيادتها الثقافية فقط، بل بل تهدد حتى طموحات البشرية وكفاحها المستميت.

فالتعددية لم تعد تعنى التنوع والتعدد الاعلامى بالضرورة، بل أصبحت في بعض الحالات وفي بعض المجالات تعنى الاحادية والتماثل، لقد عبرت عن هذه الحقيقة الصحفية الفرنسية، «كريستيان اوكرنت» بشكل آخر قائلة: «الجرائد التلفزيونية

الثلاثة المتميزة بنفس الميولات، والتي تقدم في نفس الوقت، والمحدة بنفس مدة العرض لا تنجو من تقديم نفس المحتوى... ففى الساعة الثامنة، موعد تقديم الجرائد المتلفزة، نجد أن العناوين والمواضيع ذات الاولوية هى ذاتها التي تتناولها الاذاعات في المساء، وهى نفسها التي تتناولها الصحافة المكتوبة في طبعتها ليوم الغد».

ان الاشتراك في تقديم نفس المادة الاعلامية الى جمهور مختلف ومتباين يبدو شيئا عاديا لا يثير القلق أو التخوف، لولا أن هذا التشابه في المادة الاعلامية يصل في بعض الاحيان الى التطابق وهذا من جراء الاحتفاظ ببعض الكلمات وبيع بعض الآراء والاحكام كما هى، أى كما جاءت بها وكالات الانباء. فكل وسائل الاعلام، تظهر وكأنها مضطرة لاستعمال عبارة «ربيع بكين» لما تتعرض للاحداث الدامية التي عاشتها ساحة «تيان آن مين» في شهر جوان 1989.

نعتقد أن هامش الحركة المستقلة الذي كانت وسائل الاعلام تتمتع به في السابق أصبح يسير نحو التقلص بخطوات سريعة، وذلك نظرا للتطور التكنولوجى (خاصة الارسال طن طريق. الاقمار الصناعية) الذى خلق نوعا من الالتصاق بين زمن وقوع الحدث وزمن ارساله وبثه في وسائل الاتصال وأيضا لتزايد كلفة انتاج ونقل المادة الاخبارية واعادة توزيعها على الجمهور واذا حدث وبادرت وسيلة اعلامية ما... خاصة التلفزيون. وانفردت بانتاج مادة اعلامية خاصة حول حدث هام فسرعان ما نجد نفس المادة في وسائل اعلامية أخرى وذلك لأنها مضطرة لوضعها تحت

تصرف هذه الوسائل الاعلامية بحكم انتمائها الى بنوك وصناديق التعاون الاعلامى والثقافى التى تزايدت بشكل ملحوظ .

ان المؤسسات المنتجة والمتاجرة بالانباء، لم تبق فى الوضع التى كانت عليه فى السبعينات، بل سعت لاستيعاب التطورات الجديدة التى يعرفها عالم الثقافة والاعلام فوكالات الانباء لم تعد راضية باحتكارها للاخبار المكتوبة، «البرقيات» والصور الفتوغرافية، بل بدأت المنافسة فى أنماط اعلامية أخرى، فلو أخذنا على سبيل المثال وكالة الانباء الفرنسية، فاننا نجدها قد شرعت فعليا فى التنافس فى سوق المادة الاخبارية المسموعة وذلك بانشاء قسم سمعى يوم 15 أكتوبر 1984 يشغل من الساعة السادسة صباحا الى غاية منتصف الليل، ويقدم خلالها عشرة مواجز اخبارية، يدوم كل موجز دقيقتين ونصف وينتج هذا القسم مادة اعلامية اذاعية متنوعة فى شكل «تحقيق صحفى أو روبرتاج...» وشرعت وكالة الانباء الفرنسية فى انتاج المادة الاعلامية السمعية/ البصرية ابتداء من سنة 1985 وهذا فى شكل (تحقيق أو روبرتاج أفلام، وثائق، مجلات متلفزة) ويتم هذا الانتاج بالتعاون مع وكالة «غامة» للتلفزيون وجريدة «لوموند» ، ويقدم الانتاج المذكور الى التلفزيونات الوطنية والدولية.

ان هذا المثال يشير الى أن هناك انفجار فى المؤسسات الاعلامية قضى على المؤسسات القديمة، وأظهر شركات قوية تتمتع بطاقة من التدخل تفوق حقل الدولة الواحدة ففى الولايات المتحدة أدى الانفجار المذكور الى إعادة تنظيم المؤسسات الاعلامية حسب

الاختصاصات الثقافية والاعلامية المعروفة (أفلام، أخبار، أخبار رياضية...) وتتصدر هذه المؤسسات الشركة العملاقة: سى، ان، آن (Cable News Net word) والتى هى فى الواقع شركة منتجة لجريدة متلفزة لا تتوقف عن البث أبدا، مما أدى بالمشاركات التلفزيونية العالمية الى «الاستغاثة» بخدماتها، فخير انفجار مركبة الفضاء الامريكية «شلمنجر» فى مارس 1986 الذى انفردت ببثه قد عرض فى أكثر من مائة محطة تلفزيونية غير أمريكية ! ان تزايد ضراوة المنافسة بين المؤسسات العالمية المنتجة للاعلام، سيدفع بعضها الى الانسحاب من المنافسة، ويدفع البعض الاخر الى المزيد من التطور والدقة والى المزيد من التخصص، ففى هذه الحالة لا داعى لطرح السؤال الثانى من اين لك هذه الاخبار فالجواب معروف مسبقا .

أمام هذا المستقبل القريب، لا يوجد ما ينبىء بالتحسن فى الوضع الاعلامى فى الدول النامية، فالتراجع عن المطالبة بنظام اعلامى دولى جديد وتعويضه برفع الصوت عاليا للاحتجاج على ما اصطلح على تسميته «بالغزو الثقافى» لم يعد يفى بالغرض وذلك، لان هذه الدول تظهر وكأنها راضية بما هى فيه . وتعتبر عن رضاها بواقعها الاعلامى المختل مع الغير «بالتعاون الاعلامى» وأعتقد أن هذا المصطلح أصبح عاجزا على توضيح حقيقة الواقع الذى تعيشه بعض الدول النامية وفقد قدرته على اقناع الجمهور بتبرئة ذمة الدول النامية مما جرى لها سى الصعيد الاعلامى والثقافى .

هذه الحقيقة تزداد وضوحا كلما شاهدنا وسائل اعلام الدول النامية وهي مشغولة المبادرة لرفع رصيدها من مصدر الاخبار فأطراف الصراع الساخن في عدة مناطق من العالم نجدها حاضرة في هذه الدول في شكل سفراء « وفود ممثلى حركات تحررية ، لكن لا يعتمد عليها كمصدر خبر ، أو لتوضيح الاحداث التى تقدمها وكالات الانباء العالمية » .

وحتى أن الاحداث التى تعيشها هذه الدول لا ترتقى وتصبح اخبارا صالحة للنشر والاطلاع الا اذا «التفتتها» وكالات الانباء الاجنبية ! أو محطات الاذاعة والتلفزيون العالمية لان هذه المؤسسات فى تمويلها المستمر للمؤسسات الاعلامية فى العالم الثالث بالاخبار هى التى تقرر ضمينا، بأن هذا الحدث يمكن أن يكون خبرا وذاك لا .

وما دامت هذه المؤسسات لا تذكر بعض التفاصيل الاجتماعية أو الثقافية التى نعيشها فالمؤسسات الاعلامية القائمة فى الدول النامية تجهلها .

هنا، نجد الجواب على السؤال الذى يطرح على المؤسسات الاعلامية فى هذه الدول ، خاصة التلفزيون، ولما تعجز حجة نقص الامكانيات الاجابة عنه . لماذا لا تعرض الجرائد المصورة فى جل هذه الدول الاخبار الوطنية التى تتعلق بالحياة الاجتماعية أو الثقافية البعيدة عن الطابع الرسمى والبروتوكولى، مثل، انجاز فلم، أو تقديم مسرحية، أو عرض للفنون التشكيلية، أو موسيقى أو صدور كتاب أو انجاز عمرانى يكتنز الثراء الثقافى والفنى

الخاص بهذه الدولة ، وتلك ، وذلك لان تحقيقا مثل هذا النشاط الثقافى خلال سنة يعد حدثا هاما فعلا فى بعض الدول النامية . لكن، الكثير من المؤسسات الاعلامية فى هذه الدول تمتنع عن ذكر هذه الاخبار، وتترفع عنها: ولا تعتبرها أحداثا أصلا ، تفضل المكوث والانتظار «يدها على خدها» حتى تصلها برقيات الانباء من الوكالات العالمية وأحسن دليل على ذلك أن بعض الفنانين والمثقفين يعيشون فى بلدانهم فى الظل فترة طويلة دون أن تلتفت اليهم «وسائلهم الاعلامية» . لكن بمجرد أن ينتزعوا بعض الاعتراف من وسائل الاعلام الاجنبية يتحولون الى «نجوم» فى وسائل اعلام بلدانهم ؟

ألا تبعث هذ الحقائق التى تعيشها الشعوب النامية، الشك فى نزاهة مبررى الوضع الثقافى والاعلامى القائم بـ «التبعية» و «الهيمنة» لان هذه الكلمات لم تعد تفسر هذا الوضع وتوضحه، بل أصبحت تطمس وتغطي بعض الجوانب المخيفة فيه المتسمة بالاتكال والتقاعس وعدم التفكير والمبادرة والاكثر من هذا تحولت الى وسيلة لاسكات كل الاصوات النزيهة والارادات الخيرة المطالبة بالتبديل والانفتاح على الذات قصد مكاشفتها ومحاورتها .

اذا كانت العشرية القادمة تبشر بانفجار ديمقراطى واسع وبحرية سياسية فانه لا يوجد فى الافق ما يبشر بنفس الانفجار

على الصعيد الاعلامى والثقافى وفى نفس الاتجاه والذى يسمح للشعوب النامية من الحصول على حقها من الاعلام والثقافة وأيضا لتوصل صوتها الى الغير . هذا هو الشرط الاساسى لاقامة حوار بين الحضارات والثقافات ولبناء مستقبل أفضل ، هذا اذ كانت هناك ارادة حقة فى منع الماضى من القدوم غدا .

لان الماضى ، الاتى ، سيكون أكثر ضراوة وفضاضة ، سيكون أكثر اجحافا عن ذاك الماضى وذلك لان التزايد الكمى فى الانتاج الثقافى والاعلامى واتساع رقعة توزيعه أفقييا وعموديا لم يصاحبه نفس التزايد فى النوعية حيث طغى على هذا الانتاج الطابع الترفيهى والاستعراضى وسلب الراى منه تدريجيا ، فأى مستقبل للديمقراطية اذا كان الراى والموقف غائبين فى الثقافة والاعلام ؟

ان الماضى الاتى سيكون أكثر قساوة ، وذلك لان فى الماضى الفائت كانت وسائل الاتصال والثقافة أقل انتشارا وأقل سطوة ، ولم تتمكن من سحق الآراء الاخرى ، آراء شعوب المستعمرات والتاريخ يشهد عن المقاومة الثقافية التى كانت رافد للمقاومة العامة التى أنتجت فكرا وأدبا واعلاما مغيرا ، هذا اضافة الى أن جل أبناء المستعمرات كانوا أكثر التصاقا بواقعهم الثقافى ، أما الان ...

الاعلام و المجتمع :

جمهور وسائل الاعلام:

من اين يبدأ الجواب ؟

مسألة العلاقة بين وسائل الاعلام

و « الراى العام »

مساورات الاتصال:

أيها الجمهور ، من أنت ؟

هل يجوز أن نتحدث عن الجمهور بصيغة المفرد ، وكل وسيلة إعلامية تملك جمهورها الخاص (جمهور الراديو ، جمهور التلفزيون ، جمهور الصحف ...) أن الجمهور الواحد لا يركن للثبات ويمكن أن يتزايد أو ينقص بين وقت وآخر بكل سهولة (جمهور الراديو والتلفزيون على وجه التحديد) وهو الشيء الذي يؤخذ بعين الاعتبار في تحديد أسعار الاعلانات الاشهارية الاذاعية والمتلفزة .

ان وجود عدة وسائل اعلامية ووجود أكثر من جمهور ، يطرح علينا مسألة تشبه الى حد كبير قصة البيضة والدجاجة . فهل أن تعدد وسائل الاعلام هو تعبير عن تعدد الجمهور ؟! أو أن وسائل الاعلام تعددت وتنوعت من أجل خلق التعدد والتنوع في وسط الجمهور الواحد ؟!

الجمهور «كحقيقة سوسيولوجية» يؤكد أنه «ليس عبارة عن جمع بسيط لعدد معين من الاشخاص الذين يشكلونه ، فهو شيء نوعي يختلف عن الاشخاص» أي أن الجمهور ليس تراكم لآراء ورغبات وأذواق وطموحات مجموعة من الافراد ، وذلك لان الفرد يتصرف داخل المجموعة تصرفا مغايرا للتصرف الذي ينتهجه عندما يكون وحده ، انه يخضع «لرد فعل العدوى» أو «رد الفعل المتتابع» فيشاطر المجموعة احساسها وشعورها .

فحصة BILL - COSBY أو PERE et IMPAIRS المتلفزة والتي تعرض في الشاشة الصغيرة الجزائرية هذه الايام ، قد سجلت

مرفوقة «بالضحك الجماعي» وهذا لانتزاع الافراد الذين يشاهدون التلفزيون وحيدين في مجتمع غير مجتمعنا بالطبع ، من عزلتهم ووحدتهم ودفعهم للانخراط في الجماعة ومشاركتها نفس الاحساس ، الضحك .

أي رابط «سحري» يجمع الافراد الذين يشكلون جمهورا معيناً ؟ هل هو الروتين الذي أعطى «للاستهلاك» الثقافي قوة العادة ؟ عادة قراءة الجريدة كل صباح أو مساء ، أو مشاهدة التلفزيون والاستماع للراديو والانتقال لمشاهدة العرض السينمائي أو المسرحي .

أم هو الخوف المشترك من سطوة العزلة ومن وقت «الفراغ» ؟
لما نحاول أن نمسك بالخيط الذي يشد «أفراد» الجمهور الى بعضهم ، والى وسائل الاعلام في ذات الوقت نجده متشابكا ومعقدا ، لان هناك عوامل عديدة قد ساهمت في نسجه : السن والجنس ، ومكان الإقامة والمهنة ، والمستوى الاجتماعي والثقافي والمصالح المشتركة والطموحات المشتركة والميولات السياسية والفكرية والهوية وغيرها .

نعتقد أن النظر الى تفاعل هذه العوامل من زاوية خصوصية الوسية الاعلامية والوظيفة المحددة لها ، هو الذي شجع على اصدار بعض الاحكام ، وعلى تحول بعضها الاخر الى حقيقة علمية مثل : جمهور الاذاعة أوسع من جمهور وسائل الاعلام في هذا المجتمع أو ذاك . والمستوى الثقافي لجمهور الصحافة أرفع من مستوى جمهور التلفزيون أو أن جمهور المسرح أكثر تسييسا .

ومن هذه الارضية تنطلق محاولات رصد العلاقة بين وسائل الاعلام وجمهورها فيوصف التلفزيون على سبيل المثال بالسلبية وبتسكين الجمهور أكثر من الجريدة ويعاب على أنه يحجم الكبار ويكبر الصغار ! أو أنه يشجع استعمال العنف والقوة الخ... لكن ، كيف تستطيع الوسيلة الاعلامية أن تعرف جمهورها ؟ أو كيف تم التوصل الى هذه الاستنتاجات ؟

تملك وسائل الاعلام عدة طرق لمعرفة الجمهور ابتداء من الرسائل التي يبعثها المستمعون والمشاهدون والقراء وصولا الى تلك التي تسمح بالتقرب أكثر من عددهم ، معدل الاشتراك في الصحف والقنوات التلفزيونية ، عدد النسخ التي تم بيعها عدد أجهزة الراديو ، أو عدد أجهزة التلفزيون بمضاعفته مع متوسط عدد الافراد في الاسرة في المجتمع ، أو عدد بطاقات الدخول الى قاعات السينما أو المسرح الخ... غير أن الطرق المذكورة لا تملك قدرا كبيرا من الدقة خاصة في الجوانب التي تهمل المؤسسات الثقافية والاعلامية أكثر ، مثل عادات القراءة والمشاهدة والاستماع . الحصص الثقافية والاعلامية التي تعرف انتشارا واسعا لدى جمهور معين اضافة الى بعض المعلومات المتعلقة بمستهلكي المادة الاعلامية والثقافية وهذا ما أدى الى الاعتماد على عمليات سبر آراء الجمهور .

سبر الآراء أو « صناعتها » ؟

عرف سبر الآراء نهضة عارمة بعد الحرب العالمية الاولى ، نتيجة « الازدهار » الذي عرفه الاشهار ، فوسائل الاعلام التي

وجدت في المعلنين سندها المالى القوى ، اضطرت أن تساير رغبتهم في معرفة الجمهور خير معرفة ، وهكذا تنوعت أشكال قياس الرأى وسبره وأول شكل يمكن أن نذكره هو تحديد العينة التمثيلية لجمهور الوسيلة الاعلامية المختارة ويتم وصف اتجاهها السياسى وفهم خصائصها الاجتماعية والثقافية والنفسية منها الوسيلة الاعلامية المذكورة في توجيه مادتها الاعلامية والثقافية .

ويتمثل ثانى شكل في تعيين مجموعة صغيرة من الجمهور والاطلاع على ردود أفعالها وسلوكها بعد مشاهدة أفلام وحصص تلفزيونية أو تزويدها بمجموعة من الاجهزة المتصلة مباشرة بمركز السبر ، فتزوده بمجموعة من المعلومات : أنواع البرامج المشاهدة ، ساعات المشاهدة الحكم على البرامج الخ... حاول البعض اعادة النظر في أشكال سبر الآراء من خلال طرح السؤال التالى : « ماذا يفعل الناس بوسائل الاعلام » ؟ بدل « ماذا تفعل وسائل الاعلام بالناس ؟ » وعلى ضوء الاجابة على هذا السؤال توجه وسائل الاعلام لتلبية مجموعة من الحاجات الشعورية واللاشعورية التي يعبر عنها الجمهور ، بتزايد الممارسة في مجال سبر الآراء وتنوع أشكالها وظهور مؤسسات كبرى للقيام بها .

أصبح سبر الآراء سمة من سمات المجتمعات الديمقراطية وعنصرا مؤثرا في الحياة الاجتماعية والثقافية لكن كل هذا لم يمنع الحذر والشك في سبر الآراء من التزايد وتحول الشك الى اتهام « ان استطلاع الرأى يمكن من الوجهة النظرية أن يكون أحد أشكال التكنولوجيا المحايدة لكنه يلعب بمجرد الشروع في

استخدامه ، دورا في صياغة السياسات يخدم نوعا من الهدف الاجتماعي (المضاد) . لقد أضاف استطلاع الآراء أداة جديدة ومرنة للغاية لمجموعة الادوات المعاصرة للسيطرة الاجتماعية» (1) .

ان وسائل الاعلام استفادت من سبر الآراء أكثر مما استفاد منه الجمهور ، وتحصلت على بعض المعطيات التي تمكنها من أحكام قبضتها على هذا الجمهور والسيطرة عليه .

اذن ، هكذا يزول بريق العلاقة بين الجمهور ووسائل الاعلام ، وتتجلى في صورتها الحقيقية صورة السيطرة والهيمنة!

تذكرنا هذه العلاقة بالسبب الحقيقي الذي دفع دول عدم الانحياز للمطالبة بتغيير العلاقات الثقافية والاعلامية في العالم وذلك لان شعوبها أصبحت لا تعرف عن الهند الا الفيضانات والزلاعات الطائفية فقط ، وانغرست هذه الصورة الى حد نكران ان هذه الدولة الكبرى تملك كفاءات وامكانيات علمية عالية مثلا .

ويبهت بريق العلاقة بين الجمهور ووسائل الاعلام أكثر ، لما ندرك أن هذه الوسائل تتعاون و « تتجند » لجعل مستوى الجمهور أكثر تدنيا ولتخرب ذوقه الفني ولتعوده على شكل من أشكال الترفيه السلبية ، ولما يبدأ الاحتجاج على هذا النشاط، ترتفع الاصوات قائلة « الجمهور حاب كذا ! » .

أي أنه ، لما يتكامل نشاط وسائل الاعلام والثقافة وتتعاون بشكل سحري وفعال في توزيع نوعيه معينة من الثقافة والاعلام

أو لنقل فرضها على جمهور معين ، ولما نسأل الجمهور المذكور عن ما يشاهد أو يقرأ أو يسمع فلا يجب أن نندهش لما يخبرنا بأنه يشاهد أو يقرأ ما هو رائع ومفروض وبشكل بسيط نقول عندما تحرص وسائل الاعلام على ترويح مجموعة معينة من المغنيين أو الرياضيين وسط جمهور معين وبعدها تسأل نفس الجمهور عن أحسن مغنى أو لاعب فمن المحتمل جدا أن ينصب الاختيار على المجموعة المذكورة مع احتمال واسع في عدم توقع ترتيبيهم فقط ، لكن احتمال ذكر أسماء مغنيين أو لاعبين مجهولين غير وارد ، وهكذا يصبح الجمهور أو « رأى الجمهور » ورقة لتبرير سياسة اعلامية وثقافية ، واظهارها على أنها على صواب ما دام الجمهور يريد ويرغب في ذلك ! .

هل هذا هو الجمهور ؟

يا لها من نظرة جهنمية للجمهور ! يقول البعض ، وباله من استهتار بالجمهور ! يرد البعض الآخر ، أيعقل أن يبلغ استخفاف المرء بالجمهور حد اظهاره « كورقة » يتقاذفها « اعطار » وسائل الاعلام ؟! وهل الجمهور ضعيف الارادة والعزيمة الى حد « ابتلاع » كل ما توصله له وسائل الاعلام والثقافة بدون انتقاء أو اعتراض ؟! أليس الانسان حيوان عاقل ؟!

من الممكن أن يكون هناك نوع من المغالاة في النظر الى الجمهور ، غير أن هذا النوع يحرض الفكر على اعاده التساؤل حول العلاقة بين الجمهور ووسائل الاعلام ، ويزعزع الرأى القائل بأن الجمهور يريد كذا ، والذي أصبح يملك قوة البديهية ،

اذن ، كيف نعرف الجمهور ونتفاعل أكثر معه ، هل نرمي كل التقنيات والاشكال التي توصل اليها الفكر الانساني في سبيل الاراء في سلة النفايات بحجة أنها غير محايدة وتملك قوة هائلة من التبرير ؟!

نعتقد أن الامر لم يبلغ هذا الحد ويجب أن نستغل كل الطرق والاشكال التي تصل وسائل الاعلام بجمهورها لفهمه أكثر ، لكن معرفة الجمهور وخدمته أفضل تقتضى إعادة النظر في شكل الاتصال الثقافي والاعلامى السائد ، الاتصال العمودى الموجه من المرسل الى المتلقى ليحل محله الاتصال المزدوج أو التواصل الجديد .

تواصل جديد ؟ نعتقد أن المسرح قد قطع أشواطاً بعيدة في ذلك ، لما تم اثراء تجارب « كسر الايهام المسرحى » وأعيد النظر في العلاقة القائمة بين العرض المسرحى والجمهور ولا زال الاجتهاد قائماً بين « المدارس السينمائية ، لتبنى أشكال جديدة من الرؤية للجمهور ، تلخص الجواب على السؤال التالى ، ماذا نريد من الجمهور وكيف نحبه أن يكون ؟ ونعتقد أن هذا السؤال صالح جداً بالنسبة لجمهور وسائل الاعلام ، فهل يمكن تحقيق « كسر الايهام » الاعلامى حتى لا يبقى الجمهور عبارة عن « صك غفران » ووسائل الاعلام !

الهوامش :

(1) المتلاعبون بالمقول : ترجمة عبد السلام رضوان ، عالم المعرفة 1986 الكويت .

مسألة العلاقة بين وسائل الاعلام

و «الرأى العام»

انها مفارقة حقاً ، فبقدر ما يزداد الحديث عن «الرأى العام» بقدر ما يزداد هذا الأخير غموضاً ، والبحث البليوغرافى في هذا المجال يبدو مخيباً ، لان الاعمال الكثيرة التي انجزت ، خاصة في الولايات المتحدة الامريكية ، اهتمت باجراءات وطرق دراسته ، أكثر من اهتمامها بنظريته (1) والترات النقدى * لمقولة «الرأى العام» ينطلق من القراءة الفاحصة والناقدة لهذه الاجراءات بالذات ، والغريب في الامر أن الدراسات الناقدة «للرأى العام» لم تعرف الانتشار الواسع والمناقشة الرزينة المتأنية في مجتمعا ، وفي الوطن العربى بصفة عامة ، رغم أنها تثير ، بدرجات متفاوتة ، نقاط هامة وأساسية في «مفهوم الرأى العام» .

يمكن أن نقدم بعض الاعمال التي نعتقد انها تفضى تحت لواء هذا الارث وهى :

- 1) Jean Padioleau : L'opinion publique, examens critiques nouvelles directions - Paris Mouton - 1981
 - 2) Pierre Bourdieu : Questions de sociologie, Paris Ed. de Minuit - 1980
 - 3) J. Habermas : L'espace public - Paris Payot 1978
- 4 - هيربرت .أ. المتلاعبون بالمقول : ترجمة عبد السلام رضوان - عالم المعرفة 1986 .

لقد ارتأينا أن نعرض بعض الجوانب النقدية ، بشكل مقتضب ، من خلال مقالين متكاملين احدهما لبيار بورديو ، والذي نشر في سنة 1973 تحت عنوان صادم «الرأى العام لا يوجد» . (2) وثانيهما نشره كل من اندرى لورتسن ، وجاك رتل سنة 1985 تحت عنوان : « ماذا يعلمنا سبر الاراء » . لعلها تقييدنا في تسليط الاضواء حول علاقة وسائل الاتصال الجماهيرى « بالرأى العام » .

يحاول بيار بورديو أن يدحض وجود « الرأى العام » كما تعبر عنه عمليات سبر الاراء ، ليس من زاوية المآخذ المنهجية التى تلاحظ ، فى العادة ، على العينة التى يعتمد عليها ، ومدى تمثيلها للمجتمع المدروس . أو تسجل حضور أو غياب الموضوعية أو التوجيه فى الاسئلة التى تطرح على المستجوبين ، بل انطلاقا من رؤية نظرية يصوغها فى ثلاثة فرضيات ، ويعزز بعضها الباحثان اندرى لورتسن وجاك رتل بفضل ممارستهم الطويلة لعملية سبر الاراء .

الاقتراض الاول :

كل سبر للرأى يفترض أن كل الناس باستطاعتهم أن يكون لهم رأى . أى ان انتاج الرأى فى متناول الجميع = هذا الافتراض لا يحصر اشكالية «الرأى العام» فى وجود من ليس لهم رأى . فعمليات سبر الاراء تقر بوجود من يرفض الاجابة على الاسئلة المطروحة . لانه لا يملك رأيا حول الموضوع ، أو أنه يملك رأيا لكنه لا يود الافصاح عنه بسبب ما . وان عمليات

السبر تتحاي (تتلاعب) بنسبة الذين لم يقدموا رأيهم . يطرح هذا الافتراض قضية جوهرية وهامة تتمثل فى أنه لا يوجد رأى فى المطلق أو فى الفراغ، بل يوجد اراء قضية معينة او مشكل ما . والتعبير عن هذا الرأى مرتبط بمستوى معرفة وفهم القضية المطروحة بكل ابعادها . فالشخص غير المطلع على الفن لا يستطيع أن يقدم رأيا حول تطور الابداع الفنى . والشخص الذى ليس له تكوين يؤهله لمعرفة ما هو سياسى لا يستطيع أن يدرك القضايا على أساس أنها سياسية او أنها غير ذلك . ان الاقرار بإمكانية امتلاك رأى حول أى قضية معناه : « ان احتمالية أن يكون للمستجوب رأى حول كل القضايا التى تتطلب معرفة سياسية ، يمكن مقارنتها باحتمالية الذهاب الى المتحف » . (3)

الاقتراض الثانى : اذا افترضنا أن الاراء تقيم ، فاننا نستطيع أن نبين عكس ذلك ، لان تراكم الاراء التى ليست لها نفس القوة الحقيقية يؤدى الى انحراف كبير . فاتفاق على شىء ما لا يعنى ان الاراء المتفقة تملك قوة متساوية ، ودلالة واحدة: « انه من غير الصواب أن نقر مثلا ، أن السيد ديون ، والسيد درون الذان لهما نفس الرأى المؤيد للنقابة ، اذا كان الاول يرى النقابة كهيئة تنظم سلطة أرباب العمل القوية ، والثانى يراها رائدة فى اقامة التسيير الذاتى . يمكن أن يقدم نفس الاجابة . لكن اجابتهما لا تملك نفس الدلالة . ولا يمكن أن نجمعها ، لان هذا الجمع غير صائب » = ان هذا الشكل من «التعبير» يختصر الاراء الثرية والعميقة والمتنوعة ويصبها فى

اتجاه ثنائى (نعم/لا ، موافق/معارض ■ مع/ضد) ■
وتجمع حسابيا وتوصف بأنها « رأى عام » • بدون دقة ،
وبدون تحديد •

الافتراض الثالث : ان طرح سؤال ما على الجميع ،
مرتبط بفرضية وجود اجماع حول المشكل الذى كان موضوع
السؤال — موضوع السبر — أى أن هناك اتفاق حول الاسئلة
التي تستحق الطرح • « فلو قمنا مثلا بتوزيع اوراق بيضاء
وطلبنا من الناس أن يكتبوا عليها مجموعة من الاسئلة حول
موضوع ما • فاننا نتحصل على عدد هام من الاسئلة ، قد
تختلف عن تلك التي تقوم بها مراكز السبر حول ذات
الموضوع » • ان فحص هذا الافتراض يقودنا الى التفكير في :
أ — الموضوع الذى نريد أن نعرف رأى الناس فيه ،
ليس بالضرورة الموضوع الهام الذى يشغل بالهم • بل يمكن
أن يكون وليد ضغط او طلب اجتماعى او سياسى • ففى هذا
الصدد يذكر بيار بورديو تزايد الاسئلة حول موضوع التعليم
فى فرنسا بعد احداث ماى 1968 أى بعد أن أصبح
قضية سياسية ملتهبة تشكلت حولها الآراء والمواقف • ففى
هذه الحالة تكون الآراء ، التي نريد أن نعرفها ■ مقوابة وهابية ،
وللتوضيح أكثر يورد نفس الباحث مثالا آخر ■ فيقول ان
السؤال التالى : « البعض يوافق على تحديد النسل ، والبعض
الاخر يرفضه • ما هو رأيك أنت ؟ سينتج رأيا مصنفا على
اساس الآراء المعلنة في السؤال •

ب — تقودنا هذه الفرضية الى التفكير في الفجوة التي
تحدث بين الرأى الذى يدلى به الناس ، وهم فى اوضاع

استثنائية ، مثل تلك التي يضعهم فيها السبر ، وبين الرأى
الذى يقدمونه وهم فى وضعية اقرب الى وضعية الحياة اليومية
التي تصطبغ فيها الآراء وتتأكد مثل ما يحدث بين الناس الذين
ينتمون الى وسط واحد لما يثرون حول قضية معينة ■

من خلال ما تقدم يتضح لنا سبب اعتراض الباحثين
المذكورين على التعريف الذى قدمه الباحث ستوزل
J. STOETZEL

للرأى العام : « انه الاجابة على سؤال مطروح بتقنية جيدة » •
النقد الموجه لسبر الآراء يتمثل فى أن هذه التقنية ليست
وسيلة للكشف عن الرأى العام والتعبير عنه • انها تسعى
لانتاجه وتقديمه كما تراه هى ■ وهكذا يظهر أن «الرأى العام»
هو غير ذاك الذى تقيسه عمليات السبر •

بعد الكشف عن « حدود » سبر الآراء ، وعن صعوبة تحديد
ما هو الرأى العام نظريا ، سنحاول فى مساءلتنا للعلاقة بين
وسائل الاتصال و « الرأى العام » الابتعاد عن الاستعانة
بسبر الآراء • أى :

1 — اننا لاننظر لهذه العلاقة انطلاقا من قيام وسائل
الاعلام بعمليات سبر الآراء ، والتي تجعل منها مادة اعلامية /
توجيهية لتشكيل « الرأى العام » وصياغته مثلما سبق
توضيحه •

2 — لا نبحث عن هذه العلاقة ، من خلال السعى لتحديد
مدى تطابق محتويات الاستبيان مع المضامين التي تقدمها
وسائل الاتصال الجماهيرى فى نشاطها اليومى • الانفجار الرهيب

في وسائل الاتصال ، خاصة المرئية منها ، زاد في كمية المادة الاعلامية والثقافية بشكل لامثيل له في السابق . وأبرز حركية ثقافية جديدة حاولت أن تعبر عنها بعض المفاهيم مثل : « الثقافة السائبة » " Culture de flot " والتي بدأت تأخذ مكانها في بعض الكتابات المتخصصة . والتي استندت في قيامها الى بعض القرائن في المجتمع المعاصر . والمتمثلة في النزوع نحو تثبيت هيمنة « المتعة » و « الترفيه » في الرسالة الثقافية والاعلامية . وانحصر عدد الصحف التي يطلق عليها بصحف « الرأي » وهذا نتيجة مجموعة من الصعوبات التي واجهتها . لعل أبرزها هي ارتفاع وتيرة المنافسة الحادة ، التي سرعت شروط تسليع الثقافة والاعلام . انفلات العراك الاجتماعي من قوالبه الكلاسيكية لاحتواء الظواهر الجديدة ، ومواكبة معطيات التطور الاجتماعي والسياسي .

أمام هذه القرائن تطرح من جديد الاشكالية القديمة :

هل أن وسائل الاتصال الجماهيري توجه الرأي العام وتعيد صياغته ؟ أم أن الرأي العام هو الذي يحدد مسار وسائل الاتصال الجماهيري ويرسم لها الطريق الذي تسلكه ؟ فتظهر هذه الوسائل كأداة معبرة وعاكسة للرأي العام لاغير .

ان مناقشة هذه الاشكالية ليس بالامر الهين . لانها ستصطدم بمجموعة من الصعوبات الناجمة عن تباين المواقف النظرية لوسائل الاتصال . وللمضامين « المتجددة » التي تقدمها للجمهور ، وتأثير هذه الوسائل على الجمهور . ويمكن

ان تعالج هذه الصعوبات من خلال طرح التباين المذكور عبر الاتجاهين التاليين :

أ - الاتجاه الاول : يغالى في امكانية الوسيلة الاتصالية، ويقدمها على أنها المالكة للقوة السحرية على الجمهور وعلى المجتمعات البشرية قاطبة . فيغض النظر ، عن نوعيتها ومكانتها الخصوصية فان وسيلة الاتصال لاتملك قوتها وتأثيرها نتيجة للمضمون الذي تقدمه للجمهور . انها تكسب طاقاتها التأثيرية من وجودها الفيزيائي في حد ذاته . فتقوم بتبديل الاحاسيس والمشاعر وأشكال ادراك الواقع . وهكذا يتشكل المحيط ويتبدل بفعل وجود هذه الوسيلة الاتصالية أو تلك ، ويختصر تاريخ البشرية الهائل ويربط ببعض الوسائل الاتصالية . ويمحي الفعل الاجتماعي الواعي من التاريخ . وتتحول بعض المآسي الحروب (مثلا) أو الانجازات الانسانية الشاقة والمعقدة مثل « الحضارة ، القومية ، الوطنية » الى افراز مباشر لهذه الاداة الاتصالية أو تلك : « ان وسيلة الكتابة التي كثفتها وضخمتها المطبعة قد أنتجت القوميات والحروب الدينية » . (4)

نفس المغالاة في امكانية الوسيلة الاتصالية نجدها قائمة ، لكن بشكل أقل حدة وتهويلا ، لو انطلقنا من الفهم البسيط الذي يرى أن ميلاد هذه الوسيلة الاتصالية أو تلك وتقدمها لهذا المضمون الثقافي والاعلامي أو ذاك هو نتيجة لتلبية حاجة الجمهور . فالحاجة هنا ، تبدو كأنها سرمدية ، متجاوزة المكان والزمان . وملحاحة لان هذه الوسيلة لم تشبعها كما ينبغي فتنتظر وسيلة اتصال أخرى . هذا الفهم يسطح تاريخ وسائل

الاتصال ، ويضخم الحاجة ويجعلها الاداة التى تشد أليا الوسيلة بجمهورها . وأعتقد أن هذا الفهم ذاته هو الذى أنتج الاوصاف المطلقة التى لتصقت بوسائل الاتصال الجماهيرى ، خاصة التلفزيون : مثل تلفزيون الانشطار Téléfissim والتلوكراتية Télécratie تلفزيون العنف Téléviolence والتى تؤكد بشكل قاطع وحاسم سلطة ونفوذ وسائل الاتصال فى المجتمع الحديث =

اعتقد ان الانتشار الواسع لوسائل الاتصال ، وقدرتها على أخذ قسط كبير من وقت الجمهور اضافة الى قلق المربين والاولياء ، من تزايد صور العنف والجريمة، على تربية الشباب قد شجع هذا الفهم . مما جعل البعض يعتقد أنه يمكن أن نفعل ما نشاء بمن نشاء بشرط أن نستخدم جيدا وسائل الاتصال .

نعتقد أن هذا الفهم يساوى بين التعرض لوسائل الاعلام والاتصال والتأثر بها . والاكثر من هذا أنه يراها شيئا واحدا . هكذا تسطح العلاقة بين وسائل الاتصال والجمهور . وتطمس الدراسات التى قادها علماء الاجتماع والنفس لمعرفة تأثير وسائل الاتصال وفق مستويين - مستوى التفكير (مساهمة وسائل الاتصال فى الادراك) - ومستوى السلوك (التأثير على سلوك الجمهور) ، وهذا منذ 1950 =

نعتقد أن المبالغة فى دور وسائل الاعلام مستظل قائمة طالما بقيت النظرة التى ترى علاقة وسائل الاعلام بالجمهور - او علاقة الجمهور بوسائل الاعلام - معزولة عن تفاعل

الجماعات الاجتماعية ، والمؤسسات الاجتماعية والثقافية ، أو ايضا عن العلاقة القائمة بين النظام الاجتماعى ووسائل الاعلام فيه . وستظل قائمة ايضا ، طالما حاولنا القفز على وسائل الاتصال الجماهيرى . وانتقلنا مباشرة للحديث عن دورها ووظائفها فى المجتمع . دون التريث لفهم ما هى هذه الوسائل .

هل أن وسائل الاتصال الجماهيرى هى تلك الادوات التقنية الساهرة على النقل الجماهيرى لرسائل اعلامية وثقافية، فنقاس جماهيريتها كميا ؟ أم ان جماهيريتها تكمن اساسا فى نقل «ثقافة جماهيرية» الى الجماهير . (5) ؟

اذا كان الامر على هذه الصورة ، فان وسائل الاتصال الجماهيرى لاتفعل أى شىء كما يقول بيار برديو وجون باسرون = لانها لاتقوم الا باسترجاع للجماهير ما تملكه من ثقافة . لذا لايجب أن نحدد علاقة الجمهور بوسيلة الاتصال الجماهيرى . انطلاقا من كون هذه الاخيرة وسيلة توزيع فقط . بل من طبيعة ومضمون ما تنتجه وتوزعه ايضا . وسائل الاتصال لا توجه مضامين لى شخص محدد ومعين بذاته = لان هذا الشخص يمكن أن يكون غير موجود أصلا . انها تتوجه الى الشخص « العام » الذى يشكل القاسم المشترك بين جميع الاشخاص . أى ذاك الشخص « الوهم » الذى يجسد تنوع واختلاف الخصائص والامزجة الكامنة فى الجمهور . ومعنى هذا أن الوسيلة الاعلامية المكتوبة ، على سبيل المثال ، التى تكتب عدة مواضيع فى عدة أركان ، تدرك أن البعض يقرأ بعض المواد فى هذا الركن ، والبعض الاخر يقرأ بعض المواد فى أركان

صحفية دون غيرها ... فيصبح الجمهور هنا في تصور الوسيلة الاعلامية المذكورة هو الشخص الذي يجسد هذا البعض .

ان هذا التجسيد وفق مضامين معينة ، هو الذي يعزز لدى الجمهور طابع الانتماء الاجتماعي أي يجمع الجمهور . وحول هذا التجهر يحق لنا أن نتساءل . هل أن الجمهور يظهر على صورته كما هو في وسائل الاعلام والثقافة ، أم يظهر في الصورة التي تريده هذه الوسائل أن يكون عليها . فلو تأملنا قليلا وسائل الاعلام الجزائية وبحثنا فيها عن صورة الجمهور ، فاننا نجد أن هذه الوسائل كانت تقدم ما يجب أن يكون عليه الجمهور ، وليس كما هو ، أي جمهور مجند ، مناضل ، مكافح ، واعى ، موحد حول عدة قضايا الخ ...

ب - الاتجاه الثاني : وهو المعارض للاول وان كان لم يفصح عن نفسه بكل وضوح ودقة مثل الاتجاه المذكور آنفا ، ينطلق هذا الاتجاه من أن الانسان حيوان عاقل ، ويتجلى دور العقل هنا في أشكال المقاومة التي يبديها الجمهور في تعرضه للمضامين الاعلامية والثقافية . ويجد هذا الاتجاه أدلته جاهزة في قدرة الانسان على الاختيار الطوعي للوسيلة الاعلامية التي يريدتها أو المادة الثقافية التي يرغب فيها * فوسائل الاتصال الجماهيري التي تريد أن يأتى اليها الجمهور هي تلك

■ ينطبق هذا القول بشكل دقيق على الجرائد والمجلات ، وايضا على الحصص الاعلامية والثقافية المختلفة التي تقدمها قنوات التواصل الاعلامي في نفس الوقت .

التي تلبي حاجته ورغبته . واذا أرادت وسائل الاتصال أن تستمر في البقاء فما عليها الا « الرضوخ » لاوامر ونواهي الجمهور الذي تتوجه اليه . وهكذا « فبدون مشقة يمكن أن نفهم هذا الاتجاه الذي يرى أن وسائل الاتصال الجماهيري موجهة من طرف « الرأي العام » .

أعتقد أن هذا الاتجاه الذي يبدو عقلانيا ومتماسكا في الظاهر يعجز عن تفسير بعض الحقائق الساطعة في ممارسة وسائل الاتصال الجماهيري . فاذا كانت وسائل الاتصال تعبر عن رأي جمهور ما في وقت ما وفي مكان ما ، فيجب أن يتماثل مضمونها ويتوحد . لكننا في الواقع « نصطدم » بتنافس وسائل الاتصال الجماهيري للوصول الى هذا الجمهور من منطلقات مختلفة وبمضامين متباينة ومختلفة أيضا ■

كما أن الجزم بأن وسائل الاتصال الجماهيري تعبر عن رأي الجمهور بشكل مطلق معناه تقليص دور ووظائف مؤسسات الاتصال واختصار وجودها السوسيولوجي الديناميكي ، لانها في هذه الحالة تمحى أو تكاد ، بل تتحول الى شئ شفاف تستنسخ فيه آراء وطموحات الجمهور بشكل محايد . لقد وظف هذا القول لتبرير ممارسة وسائل الاتصال الجماهيري ، ولتقدم منتج ثقافي تجاري . فماذا كان يختبئ وراء لافتة « الجمهور عايز كذا » ؟ هل كان الانتاج الثقافي الجاد الذي يدفع الجمهور لاستبصار واقعه وخصوصيته ■ أم ... ان هذا الاتجاه يعجز عن تفسير سر الصراع من أجل امتلاك وسائل الاعلام والثقافة

وتوجيهها ومراقبتها على صعيد كل دولة • أو الصراع من أجل تثبيت ما يسمى بحرية تدفق الأنباء على الصعيد الدولي •

لكن ، لو تأملنا هذا الاتجاه عن قرب وجردناه من مغالته للعقل ، فأننا نجده يلح على ضرورة الأخذ بعين الاعتبار بطبيعة التلقى الاعلامى والثقافى ، فاستلام ما تقدمه وسائل الاتصال لا يتم بشكل واحد ووحيد ، بل بأشكال مختلفة ومتباينة • وذلك لان الافراد يسجلون الاحداث والوقائع التى تقدمها لهم وسائل الاعلام والاتصال بطرق مختلفة كأشخاص منفردين ، وهنـا يتدخل العامل الشخصى فى تحديد الرأى والموقف بناء على ما يتلائم مع الدوافع الفردية والحاجات والطموحات ، والميولات العاطفية ، أو كعناصر تنتمى الى المجموعة — وهنا يتدخل عامل الجماعة وتأثيرها على الفرد فى الامتثال لانماط السلوك • لكن ما يجب الاشارة اليه هو أن الاستلام أو الاستيعاب للمضامين الاعلامية والثقافية التى تقدمها وسائل الاتصال الجماهيرى يتم بناء على الاراء والمواقف المكتسبة •

أين هو التمثيل بين الجمهور والرأى العام ؟

لقد استعملنا لحد الان مفهوم الجمهور كثيرا • وربما يعتقد البعض أننا نستخدمه لتشخيص « الرأى العام » •

ان وسائل الاتصال توجه مادتها الاعلامية الى الجمهور أولا، هذا الجمهور الذى سعت البحوث الاجتماعية الى تشخيصه وتحديد ملامحه (الاجتماعية ، الثقافية ، السياسية) ومن خلال

هذا الجمهور تتوجه وسائل الاعلام الى الرأى العام ، اذن أين هو التمثيل بينهما ؟

كما سبق وأن ذكرنا ، ان البحث البيبليوغرافى لا يقدم الكثير عن نظرية « الرأى العام » ، وجل الدراسات سعت ننزع الطابع التجريدى عنه • وجعلته موضوعا للدراسة وذلك من خلال ربطه بتقنيات الدراسات الامبريقية (6) حيث عرفته بأنه « مجموعة الاحكام الرائجة لدى الناس والتى تخص المشكلات الحالية الملحة » (7) •

ويعرف جمهور وسائل الاعلام بأنه التشكيلة البشرية التى تملك الحاجة الاعلامية وتتقارب فى اقتسامها للتجارب والعادات والاهداف • ومن هنا يتضح لنا أن الواقع الذى يعبر عنه « الرأى العام » لا يتطابق مع الواقع الذى يعبر عنه الجمهور ، فـ « الرأى العام » ليس محصورا فى « جمهور وسائل الاعلام » فقط ، وذلك لان الرأى يتشكل أيضا ، ويث داخل حركات المجموعات الاجتماعية ومن خلالها •

هل يمكن أن نفند الافتراض الذى ينطلق من أن العلاقة بين الرأى العام ووسائل الاعلام هى متبادلة ومتفاعلة ؟ وذلك لان من شروط بروز الرأى العام هو تباين الرؤى لقضية واحدة ، وأن وسائل الاعلام قد ابتعدت تدريجيا عن أسلوب فتح الجدل والمناقشة حول قضية واحدة داخل صفحات الجريدة الواحدة سواء كانت مكتوبة أو مسموعة أو مرئية وأن هذا الابتعاد قد

وتوجيهها ومراقبتها على صعيد كل دولة = أو الصراع من أجل تثبيت ما يسمى بحرية تدفق الأنباء على الصعيد الدولي .

لكن ، لو تأملنا هذا الاتجاه عن قرب وجردناه من مغالته للعقل ، فإننا نجده يلح على ضرورة الأخذ بعين الاعتبار بطبيعة التلقى الاعلامي والثقافي ، فاستلام ما تقدمه وسائل الاتصال لا يتم بشكل واحد ووحيد ، بل بأشكال مختلفة ومتباينة . وذلك لان الافراد يسجلون الاحداث والوقائع التي تقدمها لهم وسائل الاعلام والاتصال بطرق مختلفة كأشخاص منفردين ، وهنا يتدخل العامل الشخصي في تحديد الرأي والموقف بناء على ما يتلائم مع الدوافع الفردية والحاجات والطموحات ، والميولات العاطفية ، أو كعناصر تنتمي الى المجموعة — وهنا يتدخل عامل الجماعة وتأثيرها على الفرد في الامتثال لانماط السلوك . لكن ما يجب الاشارة اليه هو أن الاستلام أو الاستيعاب للمضامين الاعلامية والثقافية التي تقدمها وسائل الاتصال الجماهيري يتم بناء على الآراء والمواقف المكتسبة .

أين هو التماثل بين الجمهور والرأي العام ؟

لقد استعملنا لحد الان مفهوم الجمهور كثيرا . وربما يعتقد البعض أننا نستخدمه لتشخيص « الرأي العام » .

ان وسائل الاتصال توجه مادتها الاعلامية الى الجمهور أولا ، هذا الجمهور الذي سعت البحوث الاجتماعية الى تشخيصه وتحديد ملامحه (الاجتماعية ، الثقافية ، السياسية) ومن خلال

هذا الجمهور تتوجه وسائل الاعلام الى الرأي العام ، اذن أين هو التماثل بينهما ؟

كما سبق وأن ذكرنا ، ان البحث البيبليوغرافي لا يقدم الكثير عن نظرية « الرأي العام » ، وجل الدراسات سعت ننزع الطابع التجريدي عنه . وجعلته موضوعا للدراسة وذلك من خلال ربطه بتقنيات الدراسات الامبريقية (6) حيث عرفته بأنه « مجموعة الاحكام الرائجة لدى الناس والتي تخص المشكلات الحالية الملحة » (7) .

ويعرف جمهور وسائل الاعلام بأنه التشكيلة البشرية التي تملك الحاجة الاعلامية وتتقارب في اقتسامها للتجارب والعادات والاهداف . ومن هنا يتضح لنا أن الواقع الذي يعبر عنه « الرأي العام » لا يتطابق مع الواقع الذي يعبر عنه الجمهور ، فـ « الرأي العام » ليس محصورا في « جمهور وسائل الاعلام » فقط ، وذلك لان الرأي يتشكل أيضا ، ويبت داخل حركات المجموعات الاجتماعية ومن خلالها .

هل يمكن أن نفند الافتراض الذي ينطلق من أن العلاقة بين الرأي العام ووسائل الاعلام هي متبادلة ومتفاعلة ؟ وذلك لان من شروط بروز الرأي العام هو تباين الرؤية لقضية واحدة ، وأن وسائل الاعلام قد ابتعدت تدريجيا عن أسلوب فتح الجدل والمناقشة حول قضية واحدة داخل صفحات الجريدة الواحدة سواء كانت مكتوبة أو مسموعة أو مرئية وأن هذا الابتعاد قد

عجلت فيه وتيرة الاحتكار الاعلامى والثقافى التى لم تهدد مبدأ حرية انتاج الاعلام والثقافة وتوزيعها فقط ، بل هددت حتى حق الاختلاف والتعدد فى الفكر والرأى وبات الجميع يخشون من الوسيلة الاعلامية الواحدة والوحيدة التى تسحق الخصوصيات وتفرض التوجه الاحادى .

أعتقد أن الرأى العام فى علاقته مع الوسيلة الاعلامية لا يتوقف على مدى توفر المناقشة وتعدد الآراء فى هذه الوسيلة ، وذلك لاننا نحكم على أن الجمهور لا يستطيع أن يشكل رأى حول ما تقدمه له وسائل الاعلام الا اذا كان مقدم بشكل جدالى وتضمن أكثر من رأى . غير أن الواقع ينفى هذا التصور ، فلو استطعنا أن نسجل معظم الاحاديث والمناقشات التى تدور بين الناس فى الشوارع وفى أماكن العمل وفى النوادى وفى الاماكن العمومية ونحللها لوجدنا أن ما يدور فى هذه الاحاديث هو البعض مما نتناوله ووسائل الاتصال الجماهيرى وهذا بغض النظر عن شكل التناول الاعلامى (أحادى الاتجاه أو متعدد) .

هل يمكن أن نختصر العلاقة المرنة والثرية بين وسائل الاعلام «والرأى العام» فى جملة واحدة . بدون أن نحللها : «أن الاتصال يتمثل فى تبادل الاعلام والآراء والسلوك» ان هذا الاختصار يغلق منافذ البحث عن الميكانيزمات التى تحدد التبادل المذكور ، ويقفز على تأثير الوسيلة الاعلامية على

الجمهور . بغض النظر عن طبيعة هذا التأثير الذى يدخل فى سياق الاستخدام الاجتماعى لوسائل الاتصال .

ان الحجر الاساسى الذى تبنى عليه العلاقة بين وسائل الاتصال «والرأى العام» هو الحدث أو الواقعة أو المعلومات والمعطيات المتعلقة بهما . فالرأى العام لا يتشكل من فراغ بل من حدث أو واقعة معينة ومحددة ، ومن حجم المعلومات والتفاصيل المرتبطة بها . فالشرط الاساسى الذى يسمح للناس بتكوين رأى حول قضية «معينة» يتمثل فى معرفتهم بهذه القضية كما أوضحنا ذلك فى الفرضية الاولى التى انطلق منها بيار برديو . فهذه القضية ما كان لها أن تكون معلومة وأن تصل الى أكبر عدد من الجمهور فى اقصى وقت ولولا وسائل الاتصال . لكن وسائل الاعلام لا تنقل كل الاحداث والوقائع المتزايدة فى المكان والزمان انها تنتقى الاحداث وتنتقى الشكل الملائم لمعالجتها وترتب تقديمها فى الصحافة المكتوبة أو المسموعة أو المرئية وفق منظومة مرجعية والتى يعبر عنها فى أدبيات الصحافة بسياسة الوسيلة الاعلامية . ويفهم من السياسة هنا الممارسة المهنية المكتسبة والمواقف الفكرية التى تؤكد بأن الوسيلة الاعلامية ، ليست «مستودعا تراكم فيه الاحداث والآراء» . ان الخبر الصحفى الذى يسعى الى تقديم الحدث للجمهور أو تقريب الجمهور من الحدث يعكس بشكل أو بآخر قيم اجتماعية (عقلية/عاطفية) يراد نقلها الى الجمهور . اذن ، الوسيلة الاعلامية تملك سلطة ابراز هذا الحدث أو ذاك وتركه يتسرب فى شرايين المجتمع ، ويتحول الى موضوع

يستحق الاهتمام والتركيز والنقاش * . لقد عبر عن هذا الباحثان : ماك كوبنر ، ودونالد شوى في سنة 1972 من خلال نظريتهم المتمثلة في «وضع الاحداث في جدول الاعمال» " La fonction de l'ordre du jour " . «لما تهتم وسائل الاعلام بحدث ما وتركز عليه . فانها تحرض الجمهور على أن يعتبر بدوره أن هذا الحدث مهم ، فهذا التأثير الذي تمارسه وسائل الاعلام — مقدرتها على احداث تغيير ادراكى في وسط الجمهور ، وفي هيكله تفكيره — يعد في نظر الباحثين ، أهم تأثير يمكن أن تمارسه وسائل الاتصال الجماهيري . انه المقدرة على الترتيب والتنظيم الذهني لعالمنا بدل منا » (8)

ويمكن أن نتجاهل وسائل الاعلام بعض الاحداث وتدرجها في طي النسيان بسرعة ، وتمر على حين غفلة من الجمهور . يمكن أن نشير في هذا الصدد الى انصراف وسائل الاعلام عن اجتياح الجيش الامريكى لبناما وعدم اهتمامها به ، لصالح الاهتمام بأحداث رومانيا التي تزامنت منه = فرغم أن عدد

■ حول هذه النقطة يقول محمد بلهى وهو صحفى في «الجزائر — الاحداث» في طبعتها المصادرة في 18.12 اكتوبر 1989 ما يلى : « افتتحت الجريدة المصورة في التلفزيون الجزائرى يوم الاحد 8 اكتوبر ، على الساعة الثامنة ، على خبر تعادل الفريق الوطنى الجزائرى اكورة القدم امام نظيره المصرى . وقدم بلهجة جنائزية نخصص في العادة للاحداث الموهلة التي تصيب الكرة الارضية وكان الامر يتعلق بخبر آخر دقيقة الخاص باتهيار الدينار الجزائرى او انهيار سعر البترول » .

القتلى في بناما قد بلغ حوالى ألفى قتيل معظمهم من المدنيين ، أى ثلاثة أضعاف الضحايا في رومانيا . الا أنها لم تنل اهتمام «الرأى العام» ان الحرب غير «المرئية» لا تحرك المشاعر ولا تثير سخط الرأى العام » (9)

وتملك وسائل الاعلام أيضا القدرة على تطبيع الحدث وجعله شيئا عاديا يتألف معه الجمهور بسرعة وبصورة لا تثير الاهتمام Banalisation de l'évènement . يستطيع الخبر الصحفى من خلال انتقاء الاحداث وترتيب عناصرها الاخبارية ، وأيضا من خلال النشر والعرض أن يسحب الاهتمام بحدث ما ويوجهه الى حدث آخر . ويستطيع التقرير الصحفى الذى يسعى الى مواكبة الاحداث وتتبع تطوراتها من تقديم المادة الخام التى على أساسها يبني الرأى . لان هذا النوع الصحفى يقدم المزيد من التفاصيل والمعلومات التى تثرى الفهم وتساعد على تقييم الحدث .

كما أن الانواع الصحفية التى يقال عنها أنها فكرية التعليق الصحفى ، المقال الصحفى ، العمود) والتى وجدت تاريخيا من أجل التأطير الفكرى للجمهور . تحمل في طياتها دعوات متفاوتة اللهجة للالتزام بوجهات النظر المشكلة أو المجندة ازاء الاحداث .

وهذا ما يجرنا الى التفكير في الافتراض الثانى الذى طرحه بيار برديو . أى ان وسائل الاعلام ، بهذه الانواع الصحفية ، تتيح المجال لاصطفاف الاراء على أساس الاراء الجنبية التى تقدمها =

والانواع الصحفية التعبيرية (الربورتاج ، الصورة الصحفية ، ...) هي الاخرى ، تساهم بامكانياتها في تشكيل الرأي ، لانها تفتح جسورا يتفاعل بواسطتها الجمهور مع الاحداث . فهي تتدخل لتحضير الحالة الشعورية والانفعالية للفرد والجماعة . والتي تعد الشرط الاساسى لتشكيل رأى ما .

اذن ، الخطاب الصحفى المكثف الذى يعبر عن حدث ما بأنواع صحفية متفاوتة القدرة على الاخبار والتوجيه والافتناع يرسم الارضية التى تتدخل فيها وسائل الاعلام للتأثير على «الرأى العام» .

تبدو وسائل الاتصال الجماهيرى فى نشاطها اليومى والمتكرر انها تقدم الواقع . لكنها فى الحقيقة ، لا تقوم الا بعكس بعض الاجزاء من الواقع فقط بأشكال متباينة ، وذلك لان الاحداث التى تملأ صفحات عدد كبير من الجرائد المسموعة أو المصورة أو المكتوبة تظهر كعناصر معزولة ومنقاة من واقع متداخل ومنشأب . وهكذا . يحول الواقع الموضوعى فى بعض وسائل الاتصال ، الى واقع اعلامى مجسد فى التراكم الكمى للاحداث والوقائع التى تظهر مفصولة عن سياق وجودها وتأخذ صبغة شاذة أو ساخرة أو زائفة» . (10)

لو وقفنا قليلا ، وتأملنا مذاهب الكتابة الصحفية ، وتساءلنا عن سر وجودها . فأننا نكتشف بأن الاختلاف بينها لا يكمن فى السعى لتجديد التعبير الصحفى فقط ، بل يكمن فى النظرة الى

موضوع التعبير الصحفى فى حد ذاته ، أى فى الحدث أو الواقعة . فمذهب الاثارة الذى أنعش ما يسمى بالصحافة «الشعبية» يجسد مذهباً فلسفياً فى الحياة لانه ينطلق من أن الحياة الاجتماعية وحدة متناسقة ومرتبعة . والصحافة لا يجب أن تهتم وتتابع هذا التناسق والترتيب لانه شئ «روتينى» رغم تجدد بل عليها أن تركز على الاحداث الخارقة لهذا التناسق . أى الخارجة عن المألوف والمعتاد والغريبة .

بعد أن مضى أكثر من قرن على هذا المذهب يحق لنا أن نتساءل عن مساهمة الصحافة ، صحافة الاثارة فى ادماج الاقليات العرقية فى النظام الاجتماعى السائد ، وفى تطبيع الفئات الاجتماعية «المهمشة» من خلال اقامة رابط من الاهتمام المشترك بين أفراد المجتمع حول بعض الاحداث الاستثنائية فى المجتمع والشاذة . بجانب هذا المذهب ، يوجد مذهب التحديث الذى يدعو الى اعتبار الصحافة كائن حي يتجدد بتجدد المجتمع ولا يجب أن تقتصر على نوعية معينة من الاحداث وتهتمش البقية . وقد حاول أن يجسد وجهة نظره حتى فى صياغة الخبر من خلال الدعوة الى تبني أشكال جديدة من المقدمات فى كتابة الخبر الصحفى . نذكر منها المقدمة التى تصهر جميع العناصر الاخبارية . وهذا من أجل ربط الحدث المقدم فى شكل خبر ، بالسياق الذى وجد فيه حتى يزداد فهم الجمهور له ويدرك فى الاطار الذى وقع فيه .

الكل يدرك أن الحياة الاجتماعية هى كائن ديناميكى شديد التفاعل ويصعب الفصل فيه بين ما هو سياسى واجتماعى

واقصادي وثقافى • ووسائل الاتصال الجماهيرى تقتطع هذا الكيان فى مستويين : ففى المستوى الاول : تجعل من السياسى أو الاقتصاى أو الثقافى كوحداث مستقلة بذاتها وكأنها منفصلة عن الواقع • فالصفحات الخاصة بالمرأة أو الحصص الاذاعية والتلفزيونية التى تتخذ من المرأة موضوعا لها • تبرز هذه الاخيرة وكأنها تعيش فى عالم لوحدها ، عالم معزول عن العالم الذى يعيش فيه الرجال والنساء سوية • أما فى المستوى الثانى : فانها تعطى ترجمة معينة للتقطيع الاول للواقع • أى أنها تفتت الواقع فى المستوى الاول الى سياسى واجتماعى و... وفى المستوى الثانى تعطى مضامين معينة لهذه الوحدات المفتتة • فالصحافة على سبيل المثال التى تخلق ركنا دائما فى صفحاتها وتسميه الركن السياسى و «تملاه» بزيارات المسؤولين السياسيين واستقبالاتهم فانها تعطى فهمها معنى لما هو سياسى وتوجه أحكام الجمهور فى تكوين آراءه عن ما هو سياسى فعلا فى الحياة •

ان شكل تدخل وسائل الاتصال الجماهيرى فى صياغة الرأى العام والتى لفتت نظر الباحثين أكثر خلال العقد الاخير • يتمثل فى نوعية الاتصال الذى يفرض على المجتمع • فالاتصال العمودى (من المرسل الى المتلقى) لا يجعل الجمهور طرفا فعلا فى العملية الاتصالية بل يجعله طرفا يقع عليه الاتصال • أى يتلقى سلبيات مضامين ثقافية واعلامية • وقد تعزز هذا النوع من الاتصال بتزايد نشاط وسائل الاتصال السمعية / البصرية خاصة تلك القائمة على المبادئ التجارية • فأصبح الحذر

• ثوب كل ما تقدمه هذه الوسائل ، ووصفت بأنها تقدم مادة ثقافية تسكينية ومبتذلة • ورغم أن المبتكرات التكنولوجية فى الاتصال قد حددت لنفسها هدف تحرير الجمهور خاصة المشاهد من هذا النمط الاتصالى وتحويله الى مرسل ومتلقى الا أنها هجرت عن تحقيق اتصال مزدوج فعال • فالمينتال Minitel على سبيل المثال الذى يبدو أنه أداة فى يد الجمهور من أجل الاتصال والتثقيف ، ومن أجل التعبير عن ذات المتصل • أصبح فى غالب الاحيان أداة اضافية فى يد مؤسسات الاتصال من أجل تلويع رأى الجمهور وفق ما تريده هذه المؤسسات • وهكذا نجد أن مفهوم الدائرة La Cible الذى يستعمل فى القاموس العسكرى دخل الى المجال الاعلامى والثقافى •

مهما تعددت وسائل الاتصال الجماهيرى التى تقوم على نوع الاتصال المذكور • فانها ستظل شديدة التشابه فى المضمون الذى تقدمه • فاختلاف المنتج الثقافى (فيلم خيالى ، حصص اخبارية ، برنامج المرأة ، برنامج أطفال) يحافظ على ترسيخ

* القناة الخامسة من التلفزيون الفرنسى على سبيل المثال • تختتم نشراتها المتلفة المسائية بطرح سؤال على الجمهور • فهى التى تختار السؤال حول الحدث الذى تراه مهما ! وبعد أن تناوله فى نفس النشرة بحدّة أشكال صحفية • وهكذا تجعل المشاهد فى وضع جديد لم يعيشه من قبل بصورة طبيعية ، وتختصر المواقف والآراء حول الحدث ل كلمة نعم أو لا • وكان الحدث برمته يمكن أن يختصر فى موقفين فقط •

الصور المقولبة ذاتها • وهكذا ، تبقى صور «النجاح في الحياة» وصور «الفحولة والرجولة» و «المرأة» و ... هي نفسها مهما تعددت قنوات التوزيع ، ولعل خطورة هذه الصورة تتجلى أكثر في اختراقها للحدود الجغرافية والثقافات •

فهذه «الصور النمطة» في تكرارها الملح والمتواصل تكتسب بعض الصلابة ، تجعلها تقترب أكثر من القناعة الجامدة والمتصلبة Dogme أو من الطابوات (المحرمات) التي تكون منطلقات للحكم على الاحداث المقدمة ولاصدار الاراء والاحكام •

ان النقطة الأخيرة التي يجب الإشارة إليها هي الاشهار * * * الذي تقدمه وسائل الاعلام ومدى تأثيره على الجمهور • ان تأثير الاشهار يتم وفق مستويين : المستوى الظاهري ويتمثل في الخطاب الاشهارى المختلف عن الرسالة الاخبارية وغير المتطابق معها • أى أن الخطاب الاشهارى لا يكتفى بذكر السلعة الجديدة التي دخلت السوق وذكر اسمها التجارى أو «ماركتها» ولا بذكر سعرها وأماكن تسويقها • انه يربط الخصائص والسمات الفعلية أو الوهمية التي تتمتع بها السلعة بالمفاهيم

* * * يعتقد جون فريوت ، في مقاله المعنون :

Sur information et sous information

ان حاجات الاشهار هي التي تؤخذ بعين الاعتبار في معالجة الاعلام عادة ، أكثر من حاجات الجمهور » أنظر :

Revue des travaux de l'académie des sciences morales et politiques - 1er Trimestre 1975

الصور الراسخة في أذهان المتلقين وتقرنها ببعض الاوضاع • من هنا نفهم معنى مساهمة الاشهار في تكييف الجمهور •
Conditionnement du Public

أما المستوى الباطنى فانه يتمثل في تخلى الاشهار تدريجيا من قالبه القديم ، والمتمثل في لقطات مصورة أو مكتوبة أو موسيقية محدودة بالثوانى ومدروسة وفق أوقات البث أو التقديم • حيث أصبح يأخذ شكل حصة درامية أو اعلامية مسجحة لاحتها من خلال سلعة ما أو مؤسسة منتجة لهذه السلعة • ودائما في هذا المستوى • يمكن الإشارة الى سلطة المعلنين وسطوتهم في التصرف في مضمون المادة الاعلامية من خلال الامر بتعديل بعض المواد الاعلامية أو حذف بعضها الآخر • وهذا يعد شكلا آخر من أشكال تكييف الجمهور •

ان النقاط المشار إليها آنفا ، تفتح المجال لتطوير التفكير والتساؤل حول الميكانيزمات التي ترسم مساهمة وسائل الاتصال الجماهيرى في صياغة الرأى العام • ولا تنفى مطلقا مساهمة الجمهور أو الرأى العام في توجيه هذه الوسائل • لكن مساهمة الجمهور تبقى صعبة التناول ، وعسيرة الدراسة بحكم طراوتها ومرونتها • خاصة اذا لم تفصح عن نفسها بشكل صاخب وواعى ، مثل الشكل الذي بدأ يتجلى أكثر بحكم ارتباطه بالتغيرات الجديدة على المستوى الدولى وعلى المستوى الوطنى • هذا

المشكل المتمثل في جمعيات مشاهدي التلفزيون * أو الجمعيات الساعية لامتلاك الادوات الاعلامية لتجسيد الحق في الاعلام والحق في الاتصال . وهذا ما نلاحظه بشكل ملفت للنظر في التزايد الهائل في عدد الاذاعات التي تطلق على نفسها صفة «الجديدة» في أوروبا الغربية .

ان الميكانيزمات المذكورة أعلاه والتي ترسم العلاقة بين وسائل الاتصال الجماهيري والتي لخصناها في : انتقاء الاحداث، وترتيب عناصر الاحداث المختارة ، وفي شكل التعبير عنها اعلاميا ، واللغة الاعلامية / الثقافية التي تنمط الاحداث والاشخاص والافعال ، والتي تحدد الارضية الاولى للفهم والادراك . هذه الميكانيزمات يمكن اعتبارها منطلقات نظرية

* لا يجب ان ننخدع بصلاحيات هذه الجمعيات ونفوذها ، فما يوجد منها في كل من ألمانيا الاتحادية ، والدانمارك ، وبلجيكا وانجلترا يقف دورها عند حد الانشمار فقط ، بالنسبة للتلفزيونات ذات الطابع العمومي . وذلك لانها منسلة في الهيئات الرسمية / البصرية العمومية فقط . وهناك جمعيات تحاول ان تشكل قوة ضاغطة على السلطات العمومية لمراجعة بعض الجوانب في مضمون المادة الاعلامية والثقافية وفي شكل تقديمها في التلفزيون . ففي فرنسا على سبيل المثال ، اجتمعت جمعيات المشاهدين الثلاث « وشكلت الاتحاد الفيدرالي لجمعيات المشاهدين (UFAT) وقد ندد هذا الاتحاد بما أسماه باعتماد الوسائل الاعلامية :

"L'agressions médiatiques" والذي يراه البعض شكلا من اشكال التحكم في الجمهور والسيطرة عليه وتوجيهه مثل : تقنيات التصعيد التي تلجأ اليها « كالضحك والتصفيق المسجل مسبقا والذي يقصم في بعض الحصص المتفرزة ، وكذا التحيز في مجال الاخبار والاعلام وقطع الحصص التلفزيونية والافلام لعرض اللقطات الشهيرة .

Le Monde : 1er Septembre 1989

تتحكم فيها بعض المحددات الاجتماعية والسياسية والثقافية . خاصة في دول العالم الثالث .

العلاقة بين وسائل الاعلام والرأى العام في العالم الثالث معقدة جدا ، ولا يمكن أن يخفف من درجة تعقدها ذاك القول الذي ينص على أن هذه الدول اختارت أحد المذاهب الاعلامية المعروفة في العالم ، أو فرض عليها بحكم منطق تطورها الاقتصادي والاجتماعي .

وعلى هذا الاساس تعرف التوجه الذي تسلكه وسائل الاتصال وأشكال ملكيتها . لكن أعتقد أن هذا الاختيار أو التبنى هو الذي يزيد في تعقد العلاقة المذكورة . وذلك لان نمط ملكية الوسيلة الاعلامية ، وتكوين مضمون المادة الاعلامية ، وشكل توزيعها يتناسب مع مستوى من التطور الاجتماعي في المجتمع .

ان التفكير في العلاقة بين وسائل الاعلام والرأى العام في الدول النامية يتطلب الانطلاق من الفحص الدقيق لما يلي :

أولا : وسيلة التواصل الاعلامي / الثقافي : هل أن وسائل الاتصال التي يطلق عليها «جماهيرية» هي كذلك في العالم الثالث ؟

فرغم أن الجريدة تملك من العمر أكثر من ثلاثة قرون ، الا أنها لم تصل لتكون جماهيرية . بل ظلت في يد أقلية فقط .

واعتبرت كامتياز ثقافي واجتماعي • ولا وسائل الاتصالية الاخرى (تلفزيون هرتيزي ، تلفزيون كابلي ، فيديو ، ...) لم تعم كل فئات المجتمع في الدول النامية كما تؤكد ذلك احصائيات اليونسكو * •

حقيقة ، ان مفهوم الرأي العام لا يشترط أبدا ، اتفاق كل أفراد المجتمع على نفس الرأي أو على آراء معينة ازاء قضية معينة • بل يكفي أن تكون هناك مجموعة نشيطة تثبت الآراء وتوزعها بشكل لا يجعلها آراء فتوية ضيقة • وهذا معناه اختيار وسائل للمجاهرة بالرأي • (عرض الرأي وتبريره وتفنيد الرأي المخالف له) لكن السؤال المطروح على المجتمعات النامية يدور حول أدوات تعميم هذا الرأي أي تحويله الى عام •

فالؤسسات الاجتماعية والثقافية ، رغم الهزات التي تعرضت لها (بحكم الهيمنة الاستعمارية ، وشروط مكافحتها) لم تصل الى تحقيق الاندماج الاجتماعي المطلوب بين مختلف مكونات المجتمع النام • فتسهل بذلك عملية تناقل الآراء والمعلومات

* هذه الحقيقة لا تفندنا حتى الدول التي تتمتع بوضع متطور • فالهند التي تملك قهرا صناعات للاتصالات وتملك طاقة معتبرة للانتاج الاعلامي والثقافي - خاصة السينما - لم تنجو من هذا الوضع • لمزيد من المعرفة انظر :

GNS Raghavan : Les médias atteignent-ils les masses : l'expérience indienne perspective N° 1 1980

لتعوض نقائص وسائل الاتصال التي بقيت فتوية في هذه المجتمعات ولم تصل الى الجماهيرية التي تعرفها المجتمعات المتطورة •

ثانيا : الرسالة الاعلامية والثقافية : ويقصد بها هنا • مادة المعرفة التي على أساسها يتم تشكيل الرأي العام • فكما أشرنا آنفا ، لا يوجد رأي عام حول كل القضايا أو رأي عام حول لا شيء ، بل يوجد حول موضوع معين ، فوسائل الاعلام في عدة دول نامية تنكتم عن بعض المواضيع الوطنية ، وتعتبرها في بعض الاحيان بمثابة «أسرار» لا يمكن أن تذايع أو تنشر ، والكل يدرك أنه كلما ازداد التعقيم الاعلامي واشتدت الرقابة كلما ازدادت الاشاعة - ومساهمة الاشاعة في تشكيل الرأي العام هو موضوع آخر ، لا يمكن أن نتطرق اليه هنا - أما القضايا والاحداث الاجنبية (الخارجية) فانها تصل في معظمها الى أبناء الدول النامية من خلال وسائل الاتصال الاجنبية ، وهكذا ، يصبح الرأي العام الوطني حول هذه القضية الدولية أو تلك شكلا من أشكال «الرأي العام الدولي» حول نفس القضية والذي تعبر عنه وسائل الاعلام الاجنبية ، هذا اذا لم نقل أنه امتداد له ، خاصة اذا افترضنا الجمهور «الرأي الرسمي» حول تلك القضية •

مساورات الاتصال

المسورة الاولى :

ها هو الان ، يقف مشدوها وسط هذا الحشد الغفير من
الفلاحين وبطالى المدينة وأطفال المدارس ، الذين وقفوا مشرأبى
الاعناق ، يحلقون فى هذا الشخص الذى لا يكف عن الوقوف
والجلوس ، انه يرغم الجميع على الاستماع والمشاهدة ،
فبحركات سحرية بالعصا ، وينقرات فنية على « البندير »
وبصوت شجى من آلة « القصبة » يتحول هدير السوق الى
قطعة من الصمت ، انه يتعجب من براعة هذا الرجل ، فالكلمات
« تتدفق » من فمه كالشلال ، والصور الفنية تترادف فى قصصه
لتغطى هذا العالم المرامى ، الذى يمتد من سيرة الخلفاء
والامراء الى العشاق والاعبياء ..

يعود الى البيت ، مثاقلا رأسه يفيض بالاسطورة والشعر ،
وبمغامرة السندباد البحرى ، ويقصص عن على بن أبى طالب
فى صراعه مع رأس الغول ، تقلقه صورة « عبد الرحمان ملجم »
وتحفر فى داخله آخايد لمأساة كربلاء ، ماذا بوسع أن يفعل
أمام براعة التمثيل ورعشة الموسيقى والايحاء سوى الانقياد
الى الحلم والخيال ...

تتكرر مشاهد هذا الرجل أمامه ، فتحتل مجال اتصاله ولا
يعرف كيف يخاطب غيره بدون الاستعانة بتلك الصور المستنسخة

- 1) André Laurentin, Jacques Retel : que nous apprennent les sondages d'opinion ? Temps modernes Juin 1985
- 2) Pierre Bourdieu : l'opinion n'existe pas Temps modernes page 40
- 3) OP. cité
- 4) Marshall Macluhan : Pour comprendre les médias traduit par Jean Paré édition Heon et Nodeaultée 1982
- 5) Pierre Bourdieu, Jean Passeron : Mythologie des sociologies et sociologies des mythologies Temps modernes 1963
- 6) David Victoroff : Les Cadres de l'opinion publique Encyclopédie de la sociologie Larousse 1975, Page 281
- 7) C'est la définition de Gabriel Tarde citée par David Victoroff : OP cité page 281
- 8) warren kagee, Phillip Hault, Edwin Emery : Médias édition de Boeck université 1989 P. 46
- 9 اجناسيو رامونيه : « تلفزيون شغوف بالموت » : لوموند دبلوماتيك مارس / افريل 1990 .
- 10) Armand Mattelard : Mass Média et mouvement révolutionnaire édition Antrepos 1976 Page 104

في ذاكرته ، صورة لقاءاته المتكررة بسـ « مداح » السوق أو صورة الاوضاع الهزيلة التي عاشها مع زملائه في الكتاب أو المدرسة .

المساورة الثانية :

ها هو الان ، يجلس في احدى زوايا مقهى المدينة ، يرتشف قهوة « بالشيخ » ويدخن أول سيجارة يقطع التبغ أنفاسه ويرتفع سعاله ، فيجلب اليه أنظار المتحلقين حول طاولة « الدومينو » أو « الكارطة » يحاول الاقتراب من الحرارة التي يبيتها هذا المقهى في جسد المدينة فسلا يستطيع ويملكه الذهول أمام طوفان الاخبار الذي يكاد أن يغرق هذا المقهى . الفعل ، يوجد من الاخبار ما يكفي لتغذية اكبر وكالة أنباء ، فالتناس « يقصدون » هذا المقهى بالذات من أجل هذه الاخبار التي تترفع عنها الصحافة الجهوية .

هنا تعرف أحوال الحرث والبذر والحصاد والدرس ، تعرف أسعار البذور وأجور الفلاحين الموسمين ، وفي هذا المكان تنطلق بصوت خافت ، الاجراءات الاولى للزواج والطلاق ، ترتفع الاصوات ناعية أحد رواد هذا المكان .

وسط الضجيج الذي يطفح بهوم الحياة « تعشش الاشاعات عن الانتخابات ، وعن القرارات التي اتخذت أو التي مازالت رهن الدراسة ، عن السلع النادرة أو المستوردة ، بين خبر اليقين ، وخبر الشك ، يودع المقهى رواده ليقضى بعض الوقت

مفتخرا بدوره التاريخي بعيدا عن « أوزار » الثرثرة مشيحا بوجهه عن بعض الافراد المتعلمين الذين يلتقون في ظهر كل يوم في هذا المكان لممارسة هواية الحديث الغامض ، والذي لا يفهم منه الا بعض الاشارات الخفيفة الى المقهى الفلاني في العاصمة الفلانية والذي يقوم بدور ناد ثقافي أو منبر فكري أو ..

يخرج من المقهى ورأسه يغلى بكل الاحاديث التي سمعها ويضيع في الطرقات والشوارع لاهثا وراء شخص ما ، « يقتل ، معه ما تيسر من الوقت في حديث « ساذج » عن « ماجد ولين » أو « البؤساء » أو العثور عن أحد الاسخياء الذي يدخله معه الى السينما لمشاهدة احدى أفلام « جامس دين » أو فيلم « عبد الحليم حافظ » .

ماذا يبقى في هذه الذات اللاهثة بعد الاستماع والمشاهدة والقراءة ، بعد أن « تذوب » الرموز والعلامات المعبرة عن هذا الواقع أو البشارة بذلك الواقع ... سيبقى الجوهر عاريا في مصارعة الواقع ، يتعاطى مع تفاصيل الحياة ببعض المعايير الراسخة التي نقلها حديث الوالدين الرؤوف أو الزاجر ، وبعض الاحكام التي اكتسبها في الكتاب أو المدرسة أو نتيجة قراءات سريعة غير مكتملة . ربما تزول كل هذه المعايير والاحكام وتفسح المجال للمهارات المكتسبة في الشارع أو المنزوعة من الجوع الاحتفالي ، الذي يسبق موسم الحرث أو البذر أو موسم الربيع . والذي يرافق أفراح الاعراس وأهازيج النساء وراء « بوغنجة » ...

المساورة الثالثة :

ها هو الان ، يتحرك في شقته في قلق ظاهر ، يدير زر التلفزيون ويسبح في عالم الصور الذي لا حد له ينتقل من محطة الى أخرى باحثا عن شيء ما ، يحس به لكن لا يعرفه ، تتحول شقته في رمشة عين الى عتبة « القرية العالمية » لكن ماذا تحتوى هذه القرية ؟ انها تضج بالاعبار المتنوعة ، والتي جعلت منها المهارات وقائع تمتد من مقتل فتاة صغاة أو اغتصابها الى تفاصيل عن الانتخابات الاوروبية ، وتسند هذه الاعبار دائما بحصص اخبارية ومواد درامية تروى فيها قصص قليلة التنوع ، تجعل من العنف والاغتصاب والقتل أحداثا عادية ومألوفة في الحياة .

لكن أين نحن أو أين الانا في هذه « القرية العالمية » ؟ يبدو أن هذا السؤال لا محل له من الاعراب في هذه الظروف الجديدة لانه يعكر « غبطة » المتعة باللقاء في موعد واحد نشاط الشعب الفرنسى أو الأمريكى ، والكندى ، والبلجيكي والانجليزى والاسبانى ، الاخبار والثقافة ، نتفرج على حياتهم الفعلية أو المفتعلة نرضى بأننا نوفر لهم الديكور أو النشوة « الايكزوتيكية » التى يضحكها الاشهار حول « كسكس » بودنسى .

عجيب أمر هذا العصر فبقدر ما يزداد المرء تفتحا على العالم وأحداثه . يزداد احساسا بالعزلة القاتلة فهو لا يعرف في هذه المدينة الانفرا قليلا من البشر ، ففيهم من بلعته مشاغل الحياة واختفى عن الانظار ، وفيهم منبقى يقاسمه مكتب العمل ؟

فحتى جيرانه لا يعرف عنهم أى شيء فلم يتذكر أنه تحدث معهم أكثر من دقيقتين كاملتين وهم ذاهبون الى العمل أو عائدون منه . وحتى الحديث معهم لا يمكن أن يخترق بعض الحدود . . فغالبا ما يبدأ بقاء الصور المتدفقة فى القنوات التلفزيونية وينتهى بالتبرم من ارتفاع الاسعار وندرة بعض المواد .

هكذا ، يسلم التلفزيون العمر على غفلة منا ، ويعودنا على التمدد والاسترخاء للمشاهدة ويدفع فينا حب المقارنة بين ما رأينا فى الليل وبين ما نعيشه فى النهار ، فيتسلسل اليأس والقنوط الى نفوسنا ويتصاغر عالمنا ليصبح بحجم الشقة التى تسكن فيها . . . فالصحف فقدت بريقها ولم تعد تغرى المشاهد على قراءتها ، والمقاهى تنازلت عن دورها التاريخى ، فجزء منها انصرف لجمع المال من خلال التوزيع السريع « لسندويش » والجزء الاخر منه تقشف المجتمع فاستغنى عن الكراسى والطاولات .

بين الصور القادمة من هناك والفراغ المترصد هنا ، ينمو الاشتها لمعرفة كيف يفكر أبناء هذا البلد ، وكيف يعيشون ؟ وبماذا يحسون وبماذا يتألمون ؟ وكيف يفرحون . . ؟ بين الصور والفراغ تتمدد مسافة حب الاستماع للراء حول المسرح والسينما والادب فى هذا المجتمع ، وحول الاشياء التى لازالت غامضة .

ماذا يبقى فى هذه الذات اللاهئة وراء المحطات التلفزيونية ؟ مجموعة صور جميلة ترين وجه الاخر ورهبة الغربة والعزلة ، ولهفة الاشتها ومساورات الاتصال ، وأشياء غامضة . . .

النص الصحفي ولغته:

حدود النص الصحفي :

التلفزيون : اللغة التي تصر على تطبيق الاعلام :

حدود النص الصحفي

ما أكثر الاصوات المطالبة بضرورة وجود اعلام فعال ، ينتهى عند حدود تقديم الوقائع ، والحقائق ، لا «تفكره» الآراء والأفكار ..

ما أكثر الاصوات التى تتهم الاعلام بانصرافه الى البحث عن «رونق» الكلمات والجمل دون أن يعير أى اهتمام الى ما يحتاجه الجمهور منه : البساطة والايجاز والمباشرة ...

تختلط كل هذه الاصوات وتتنافر طارحة مطلباً كبيراً : اننا نريد نصاً صحفياً ... لكن هل يمكن أن نتحدث عن هذا النص دون أن نوضح العلاقة التى تربطه بالنص الادبى والخطاب السياسى وترسم حدوده ؟

وهل يمكن أن نتحدث عن تأصيل النص لاصحفى (المكتوب والمنطوق والمصور) دون أن ندرك سماته وخصائصه بالنسبة لبقية النصوص .

ماذا يبقى للنص الصحفي « اذا كان نقطة تقاطع بين النص الادبى والخطاب السياسى ؟ هل سيصبح حاملاً شفافاً لهما ؟ لكن ، هل يمكن أن نتصور لحظة وجود نص صحفى بعيد عن

تأثير الحياة السياسية وبعيد عن مستوى تطور الانتاج الادبي ؟
اذا كان ذلك غير ممكن عمليا ، كيف ينعكس هذا التأثير على
« جسم » النص الصحفى دون أن يهشمه أو يفقده مبرر
وجوده ؟

النص الصحفى لم يوجد من أجل اشباع حاجة (أو غريزة)
الجمهور للمعرفة والاستعلام فقط ، بل وجد وتطور من أجل
الترفيه والتأثير والجر الواعى أو غير الواعى للالتزام بسلوك
معين . هذه الحقيقة التاريخية هى التى تؤكد الحضور
« السياسى » فى النص الصحفى وهى ذاتها التى تحثنا على
التفكير فى ذاك التقسيم الذى صنف الممارسة الصحفية فى أواخر
القرن الماضى وبداية القرن الحالى ، وأطلق على بعضها اسم
صحافة الخبر وعلى البعض الآخر صحافة الرأى ، خاصة بعد
أن تصلب عود الحركات السياسية ووصل بعضها الى الحكم .
يزداد الشك فى صحة هذا التقسيم بعد انحصار الصحافة التى
كانت تسمى « صحافة الرأى » ولجوء بعض الاحزاب للتعبير عن
نفسها من خلال جرائد يومية ساقطة عنها الملائمة الكبرى لسان
حال هذا التنظيم أو ذاك وأيضا ، بعد انفتاح الصحف اليومية
أكثر لاحتضان الانواع الصحفية غير الاخبارية : كالتعليق
والمقال والتحقيق وهذا نتيجة لمجاعة من الضغوط السياسية
والاجتماعية والاقتصادية .

اذن ، كل ما هو سياسى أو فكرى يوجد فى كل نوع صحفى
(الخبر ، المقال ، التعليق ، الخ ..) لكن بكثافة أكثر فى النوعين
الصحفيين الآخرين دون غيرهما .

وكل نص صحفى يلتقى مع الخطاب السياسى فى علاقة ما ،
لكن لما تتحول هذه العلاقة الى اغتصاب النص الصحفى
ويصبح استنساخا مبتذلا للخطاب السياسى أو نسخة شاحبة
منه .

اذن ، كيف نحدد شكل الالتقاء بين السياسة والصحافة ؟
تحدد فى نقاط التفصل التالية :

التوجه السياسى يتضح أكثر فى النص الصحفى من
خلال الكتابة أو العرض أو البث لبعض الوقائع دون غيرها ،
والسكوت القصدى عن ذكر بعض الوقائع التى حدثت فى نفس
اليوم أو خلال الحيز الزمنى الآتى .

تجلى بصمات الموقف السياسى فى الطريقة التى نعبر بها
عن الحدث ، أى فى القالب الصحفى المستخدم الذى يعكس
بشكل أو بآخر الاهمية التى نوليها للحدث ، وأيضا الهدف المرجو
من معالجة هذا الحدث ، فتخصيص خبر صحفى لهذا الحدث أو
منحه تحقيقا صحفيا يعكس تفاوتا فى الاهمية وتباينا فى الرؤية
للحدث .

من الصعوبة بمكان اخفاء الضلال السياسية على النص
الصحفى ، فالاداة اللغوية المستخدمة تعبر عن هذه الصعوبة
بشكل واضح ، وهذا من خلال الكلمات والنعوت والوصاف
والاحكام والاستنتاجات والخلفيات ، التى يتفاوت حضورها
فى الانواع الصحفية المعروفة .

أذن نقاط التمهيد هذه تتدخل في النص الصحفي وتميزه ببعض السمات التي تساهم في تحديد ما يسمى بالخط السياسي العام للنص الصحفي ، لكن هل يمكن اعتبار هذا التمهيد ذريعة نقضى بها على خصوصية النص الصحفي وعلى بناءه المتميز ؟

يفقد النص الصحفي ماهيته ووظيفته لما يستسلم لسطوة الخطاب السياسي بدون مقاومة وتصبح العلاقة القائمة بين النص الصحفي والخطاب السياسي هي علاقة اغتصاب وتظهر قسماؤها فيما يلي :

لا يمكن للنص الصحفي أن يتناول قضية أو حادثة إلا لما «تنضج» وتصبح موضع استقطاب سياسى ، عندما يتدخل الخطاب الصحفي ليس بهدف تفسيرها أو توضيحها أو معرفة آراء الجمهور فيها ، بل من أجل اجترار موقف الخطاب السياسي منها . في هذه الحالة لا يقوم النص الصحفي بأثره الخطاب السياسي . بل يتحول الى مبرر لهذا الخطاب ، وهكذا يغيب النقد والحوار والمناظرة والمقابلة والتحليل ويصبح السرد الانتقائى هو السمة الغالبة في النص الصحفي .

يفقد النص الصحفي شكل بناءه ، وتتقلص الفوارق بين الانواع الصحفية وتتساوى قدرتها الابداعية والتعبيرية . فالخبر الصحفي مثلا ، يفرغ من محتواه ومن عناصره الاخبارية الملموسة ويتحول الى «خطبة» وينفصل التعليق الصحفي عن الحقائق وتفاصيلها ويتحول الى كمية متراكمة من الشعارات والتجريدات والاقوال المجتررة ، وتضيع خصوصيات الربورتاج

والتحقيق الصحفي لتتحول الى شكل من أشكال البيانات السياسية .

يصبح الهم الوحيد للنص الصحفي هو تمرير الخطاب السياسي حتى وأن اقتضى الامر ، الانفلات من المعايير المهنية ، والفتك بما يعطى النص الصحفي قوة التعبير والاعلام والتأثير . مثلا ، أيعقل ، أن نجعل نشرة الاخبار المصورة أو الناطقة تدوم أكثر من ساعة تحت الحاح الخطاب السياسي فتفقد رونقها وقدرة ارتباطها مع الجمهور وتصبح فاترة ومملة وباعثة على النفور ؟ ونعتنى باللغة (اللفظية اللسان) ونكثر من الاطناب اللفظى على حساب الصورة في الجريدة المصورة ونجعل من الصورة «وسادة» تنام فوقها الكلمة في التلفزيون ولا نهتم بمدى تلاقى أو تكامل أو تناقض الكلمة المنطوقة مع الصورة ، ويصبح النص الصحفي المتلفز هو الالتزام بقديسية الخطاب السياسي وسحره ونجهل ما تمثله الصورة ، ولا نبحث عنها بل نلتقطها من الارشيف «لنزى» بها الجريدة المصورة ، وهل يمكن أن نعلق على خطاب سياسى فى وسائل الاعلام بـ خطاب سياسى آخر ؟

نعتقد أن النص الصحفي يفقد الكثير لما يقدم نفس المضمون الى مختلف الفئات من الجمهور الذى يتوجه اليه (العامل ، الفلاح ، المرأة ، الشاب ، الموظف ، الخ . . .) .

الخطاب السياسى يتمسك بالمحاور الكبرى فى الحياة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية ، لكن النص الصحفي هو العاكس للحياة التى تنبض بالتنوع والثراء ، لذا يجب أن يمتلك القدرة على استيعاب هذا التنوع حتى لا يفقد مبرر وجوده .

اذن نقاط التفصيل هذه تتدخل في النص الصحفي وتميزه ببعض السمات التي تساهم في تحديد ما يسمى بالخط السياسي العام للنص الصحفي ، لكن هل يمكن اعتبار هذا التفصيل ذريعة نقضى بها على خصوصية النص الصحفي وعلى بناء المتميز ؟

يفقد النص الصحفي ماهيته ووظيفته لما يستسلم لسطوة الخطاب السياسي بدون مقاومة وتصبح العلاقة القائمة بين النص الصحفي والخطاب السياسي هي علاقة اغتصاب وتظهر قسماؤها فيما يلي :

لا يمكن للنص الصحفي أن يتناول قضية أو حادثة الا لما «تنضج» وتصبح موضع استقطاب سياسى ، عندما يتدخل الخطاب الصحفي ليس بهدف تفسيرها أو توضيحها أو معرفة آراء الجمهور فيها ، بل من أجل اجترار موقف الخطاب السياسي منها . في هذه الحالة لا يقوم النص الصحفي باثراء الخطاب السياسي . بل يتحول الى مبرر لهذا الخطاب ، وهكذا يغيب النقد والحوار والمناظرة والمقابلة والتحليل ويصبح السرد الانتقائي هو السمة الغالبة في النص الصحفي .

يفقد النص الصحفي شكل بناءه ، وتتقلص الفوارق بين الانواع الصحفية وتتساوى قدرتها الابداعية والتعبيرية . فالخبر الصحفي مثلا ، يفرغ من محتواه ومن عناصره الاخبارية الملموسة ويتحول الى «خطبة» وينفصل التعليق الصحفي عن الحقائق وتفاصيلها ويتحول الى كمية متراكمة من الشعارات والتجريدات والاقوال المجتررة ، وتضيع خصوصيات الربورتاج

والتحقيق الصحفي لتتحول الى شكل من أشكال البيانات السياسية .

يصبح الهم الوحيد للنص الصحفي هو تمرير الخطاب السياسي حتى وأن اقتضى الامر ، الانفلات من المعايير المهنية ، والفتك بما يعطى النص الصحفي قوة التعبير والاعلام والتأثير . مثلا ، أيعقل ، أن نجعل نشرة الاخبار المصورة أو الناطقة تدوم أكثر من ساعة تحت الحاح الخطاب السياسي فتفقد رونقها وقدرة ارتباطها مع الجمهور وتصبح فاترة ومملة وباعثة على النفور ؟ ونعتنى باللغة (اللفظية اللسان) ونكثر من الاطناب اللفظي على حساب الصورة في الجريدة المصورة ونجعل من الصورة «وسادة» تنام فوقها الكلمة في التلفزيون ولا نهتم بمدى تلاقى أو تكامل أو تناقض الكلمة المنطوقة مع الصورة ، ويصبح النص الصحفي المتلفز هو الالتزام بقدرسية الخطاب السياسي وسحره ونجهل ما تمثله الصورة ، ولا نبحت عنها بل نلتقطها من الارشيف «لنزين» بها الجريدة المصورة ، وهل يمكن أن نعلق على خطاب سياسى في وسائل الاعلام بخطاب سياسى آخر ؟

نعتقد أن النص الصحفي يفقد الكثير لما يقدم نفس المضمون الى مختلف الفئات من الجمهور الذى يتوجه اليه (العامل ، الفلاح ، المرأة ، الشاب ، الموظف ، الخ ..) .

الخطاب السياسي يتمسك بالمحاور الكبرى في الحياة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية ، لكن النص الصحفي هو العاكس للحياة التى تتبعض بالتنوع والثراء ، لذا يجب أن يمتلك القدرة على استيعاب هذا التنوع حتى لا يفقد مبرر وجوده .

بين الادب والصحافة :

هل يمكن القول أن في كل نص صحفي يوجد نص ادبي ؟
الاجابة بنعم على هذا السؤال تفضى بنا الى الاقتناع بتطابق
النص الصحفي مع النص الادبي .

اقتترنت الممارسة الصحفية في عدة مجتمعات بالممارسة الادبية،
حيث كان الكتاب والادباء هم الاوائل الذين احتضنوا الصحافة
وطوروها . ففي الحضارة العربية مثلاً نجد أن اسهامات الكتاب
لا زالت حاضرة لانها رسخت نوعاً خاصاً من المقالات الصحفية
والتي تسمى «المقالات النقدية» . وفي الحضارات الاخرى نجد
أن الادباء هم الذين ارسوا أسس أنواع صحيفة معينة مثل
« الفيتولن والروبورتاج الصحفي ، لكن مع تعقد الحياة وتزايد
حركيتها وتعقد ميكانيزماتها وارتفاع المستوى التعليمي والثقافي
والحاج الحاجة للمعرفة والترفيه والادراك والفهم وتزايد
مواقع التكتلات السياسية قد ساهمت في افتراق الصحافة
عن الادب » .

هل هذا الافتراق قطع كل صلة بينهما ؟

العلاقة بين الصحافة والادب لا زالت قوية ومؤثرة في بعض
الانواع الصحفية حيث حافظت على الخصائص الادبية ووظفتها
في النص الصحفي خاصة في الانواع الصحفية التي يقال عنها
أنها تعبيرية : الصورة الصحفية Portrait والفيتون
Feuilleton والروبورتاج Reportage .

فهذه الانواع الصحفية ، تأخذ من الادب مجازة وصورة
الجمالية والبلاغية من أجل ابراز العلاقات الانسانية ومشاعرها
وانفعالاتها مع الاحداث والوقائع والحالات النفسية الكامنة
وراء العلاقات الاجتماعية ، والكشف عن كل ما هو شخصي
أو فردي وتحويله الى نموذج ، أو «موديل» .

هكذا ، يساهم النص الصحفي في نقل التجارب والخبرات
الانسانية ، وفي تهذيب المشاعر وصقل الاحاسيس وفي زيادة
تفاعله مع الحياة وهي في أوج تدفقها .

لكن ، هل كل هذا مبرر لنمحي جوهر النص الصحفي ونذبيبه
في النص الادبي ، ونحصر دور ومفعول النص الصحفي في
جماليات لغته أو في «لذته» ؟

ثقت الصحافة طريقها المستقل عن الادب ، بارتكازها على
بعض العناصر التي أعطتها خصوصيتها الحالية .

— شمولية الاحداث التي تناولتها الصحافة والتي تمتد امتداد
الحياة ذاتها ، مع التركيز بالدرجة الاساسية على كل ما هو
آني وراهن وجديد في هذه الحياة . ولعل هذه النقطة هي
القاعدة الاساسية التي تميز أيضاً بين النص التاريخي والنص
الصحفي .

الاستمرارية في الكتابة عن ذات الموضوع أو من زوايا أخرى ،
بأنواع صحفية أخرى وهذا ما يجعل النص الصحفي يملك مرونة
أكثر في تتبع الوقائع ومواكبة تطورها .

— يملك النص الصحفي بنيته الخاصة المستمدة من الموضوع المعالج ومن القالب التعبيري المختار (خبر، تحقيق، ريبورتاج...) ومن الادراك النسبي لخصائص الجمهور فتدفعه لاختيار طريقة ترتيب الوقائع والحقائق والحجج والاستنتاجات • فالنص الصحفي الناجح هو الذي ينطلق مع جمهوره من نفس القنوات الكامنة في هذا الجمهور من أجل تعزيزها أو زعزعتها •

— من الصعوبة بمكان الاقتناع بأن النص الصحفي والادبي يشتركان في اللغة حيث يظهر جليا ان لغة النص الصحفي تتميز بصراحتها ووضوحها ومباشرتها وملموسيتها • ولم تظهر بين عشية وضحاها ، بل تطورت بعد سنوات من الممارسة التي صقلت الاعترافات التالية : المستوى الثقافي للجمهور ، ملموسية المواضيع التي تناولها الصحافة ، والوجود الفعلي والحقوقي للوقائع والاماكن والاشخاص ، وأيضا الردود الانى الذي ينتظر أن يحققه الصحافة •

الفهم السئ للعلاقة بين الصحافة والادب يظهر في سيادة الفهم الذي يرى أن الصحافة هي ضلع من ضلوع الادب يحجم علاقة الصحافة بالادب • في السعى للبحث عن الكلمات الرنانة و «الضخمة» وترتيبها في النص الصحفي وكأن النص الصحفي لا هم له سوى لم كمية كبيرة من هذه الكلمات • أو في «سجن» النص الصحفي في لغة لا يفهمها الا عدد محدود من الناس ، ويصبح هاجس النص الصحفي هو انتاج مثل هذه اللغة على حساب التواصل والاعلام والاختبار والتفاعل معها •

ان التأكيد على خصوصية النص الصحفي هو الدعوة الى تأصيله في المجتمع ، والى فهم حدوده بالنسبة لبقية النصوص والخطب والدعوة أيضا الى احداث التراكم في الخبرات والمعارف والتجارب في انتاج النص الصحفي •

وكلما ازداد الادراك بمميزات النص الصحفي وقدراته التبليغية والتوصيلية ، كلما ازداد الالحاق على الاحتفاظ بقواعد المهنة الصحفية وتماسكت خيوط التواصل في ممارستها •

التلفزيون : اللغة التي تصر على تطبيق الاعلام :

لقد اصبحت الجرائد المصورة ركيزة أساسية في التلفزيونات • وميدانا خصباً للمنافسة • لأنها تأخذ ثلث الوقت المخصص للبث، وتستولى على قسط كبير من ميزانية التلفزيون • يتابعها أكثر من ثلث المشاهدين بشكل مستمر • وتساهم في ترسيخ عادة المشاهدة • لهذه الاعتبارات مجتمعة ارتأينا أن نقف وقفة ناقدة للغة التلفزيونية التي تصنع الجريدة المصورة في التلفزيون الجزائري •

ماذا يبقى للغة التلفزيونية اذا استغنت عن الصورة ومشتها؟

ماذا يبقى لهذه اللغة اذا لم تعبأ بالجمهور • وتسقط أسيرة الاطناب اللفظي المتعسر على الفهم • وكأنه غاية في حد ذاتها • لاشباع فنتازم « الصحافي » •

كلما أمعنت الاستماع ومشاهدة النشرات المتلفزة التي يقدمها التلفزيون الجزائري ، كلما طرحنا عليك مثل هذه الاسئلة • وتسكاد أن تنسى أن اللغة كائن حي يتجدد بتجدد المجتمع ، ويتطور استخدامه لها • ف لغة الصحف الان : تختلف عن ما كانت عليه في مطلع القرن الثامن عشر كما أن لغة التلفزيون تختلف عن لغة الصحافة المكتوبة • والاختلاف بينهما ليس طفيفا • فالبعض يتحدث الان عن اللغة التلفزيونية كما كان يتحدث في الماضي القريب عن اللغة السينمائية •

اللغة التلفزيونية التي استفادت من اشكال التعبير الفني • حيث أخذت من السينما الحركة ، ومن المسرح الحوار ، ومن الاذاعة الايحاء والانتشار •

لكن ، مهما اختلفت لغة وسائل الاعلام فانها تخضع لحقيقة بسيطة وهي أن اللغة الصحفية تقوم على ثلاثة مبادئ وهي : الوضوح ، والدقة ، والمباشرة • وأعتقد أن التلفزيون الجزائري - كمؤسسة اجتماعية لم يصل بعد الى الالتزام بهذه المبادئ البسيطة • وحتى أن ادراك الصحفيين لهذه الحقيقة ليس واحدا • ففيهم من يسعى ويبذل الجهد في الممارسة للاقترب أكثر من اللغة التلفزيونية • وفيهم من يتجاهل أو يجهل هذه الحقيقة وهذا ليس عيبا في حد ذاته لو لم يتمادى ويتخذ شكل الاصرار المسبق على تطبيق الاعلام •

الكل يدرك أن مؤسسة التلفزيون في بلادنا تعمل في ظروف صعبة وشاقة عبر عنها أكثر من صحفي في أكثر من مناسبة • وانها تتسابق مع الزمن لاتخطط للاعلام ولا تذهب للاعلام بل هو الذي يأتي اليها ولا تتناقش تصورها للممارسة الاعلامية التي تجعلها تختلف أو تتميز عن بقية المؤسسات التلفزيونية الاخرى ، كما أنها لاتملك رصيда كبيرا من التجربة والخبرة مثل المؤسسات التلفزيونية الكبرى • ناهيك عن عدم صلابة التقاليد الثقافية في مجتمعنا • لكن ، لو أرحنا كل هذه الاعتبارات النظرية والعملية من تفكيرنا • وتساءلنا مباشرة : الا يمكن أن نقدم عملا اعلاميا أحسن بنفس الامكانيات المادية والبشرية ؟

ان المؤسسة الاعلامية شديدة التأثير بالمتغيرات الاجتماعية والثقافية . ويجب أن تسعى دائما للاتصاق بهذه المتغيرات وهذا لا يتحقق الا اذا تخطى منتوجو الاعلام ومقدميه عن ذهنياتهم « المتكلسة » فهل هذا ممكن !؟

لغة الاستعراض أو استعراض اللغة ؟

خلافا للاستينات « التجأت التلفزيونات العالمية خاصة الأوروبية ، الى الاستعمال المتزايد للجمل « التيلغرافية » وهذا نتيجة اضطرارها للاستعانة أكثر بخدمات وكالات الانباء . » وأيضا « نتيجة السعى المنظم لتقديم أكبر قدر من الاحداث المتزايدة للجمهور . ولحاولة البقاء اعلاميا وسط المنافسة الشديدة والتي ازدادت شدة بعد تزايد الملكية الخاصة للتلفزيونات . »

كما أن الاشهار الذي أصبح قوة مالية ضاغطة على المؤسسات وشكلا ثقافيا متميزا قد أثر بدوره على الاعلام التلفزيونى . فأعطى للجرائد المتلفزة الطابع الاستعراضى أكثر والاختصار فى اللقطات . وأيضا ، لسون المادة الاخبارية المتلفزة بالطابع « الاستفزازى » أو « العدوانى » وهى السمة التى كان ينفرد بها الخطاب الاشهارى وحده .

والاستفزاز هنا ، لا يجب أن يفهم كسوء مبتذل . بل يقصد به الطريقة الفنية المستعملة « لخطف » الجمهور وجره لتتبع المادة الاعلامية . وهنا تبرز القدرة على التعبير المكثف بالصورة . الى حد اصبحت الجريدة المصورة شكلا من اشكال الاستعراض الفنى .

ان ذكر هذه الخصائص ، لا يقصد بها الدعوة الصريحة الى تبنيها فى نشرتنا المتلفزة . هكذا ، وبكل بساطة ، وذلك لان هذه الخصائص لم تكن محل رضى واجماع من طرف كل المشاهدين وأصحاب القرار فى هذه المجتمعات ، وذلك لان تثبيت الاستعراض فى الجريدة المصورة معناه حسب البعض المبالغة فى تقديس الصورة والانصراف نحو تحضير « طقوسها » . الانصراف الذى لا يخدم دائما الجانب الاعلامى حيث يسطح الجريدة المصورة . ويدفع الجمهور ليتعاطى مع الاحداث المصورة لتلفزيونيا وكأنها موضوع متعة أو فرجة ، وهذا ما يوحى للجمهور أو يدفعه للاعتقاد بأن الحدث الاجتماعى والسياسى الذى ينقله التلفزيون ليس مادة اجتماعية وتاريخية تستحق الفهم انه ببساطة لحظة استعراض لحظة زائلة ، تدعو للفرجة وليس للفهم .

ان هذه القضايا لازالت بعيدة عن التلفزيون الجزائرى ، فهى غير مطروحة أصلا . فتحويل الاعلام والاتصال من مادة للاطلاع والمعرفة والترفيه الى مادة للاستعراض قصد المتعة ، ظاهرة مرتبطة بمستوى تطور المجتمع وبالاختبارات المحددة لهذا التطور .

لكن ، ما هو مطروح على مؤسسة التلفزيون الجزائرى يختلف كليا مع ما سبق الاشارة اليه . انه يتمثل فى الاغفال (كدت أن أقول العمدى) لقيمة الصورة التلفزيونية ، فالصورة لا يتم التعامل معها دائما على أساس أنها وسيلة توصيل وتعبير بل ينظر اليها على أساس القيام بالدور المكمل للسان ، والتكميل

في الممارسة لا يأخذ دائما ، معنى محسدا بل يقتصر على ملء
الحيز الفضائي للكلمة لا غير ، أو سد فراغ ما = وهنا تنزلق
وظيفة الصورة وتصبح مادة ديكور وليست مادة اعلامية .

ان الاحداث التي تجرى في الواقع بعيدا عن ذاتيتنا ، لا تنقل
كما هي في وسائل الاعلام لعدة اعتبارات مهنية وسياسية
ايدولوجية . بل تنتقل بشكل آخر ، حيث يتم تفكيكها ويعاد
بناؤها من خلال استرجاع العناصر الاخبارية المشكلة لها ثم
ترتب هذه العناصر من جديد وفق مقتضيات مهنية ورؤية
سياسية للحدث . ان اعادة البناء في التلفزيون تتم بواسطة
الصورة أولا ، ثم تتدخل الكلمة لتوصيل ما عجزت عن توصيله
الصورة أو لتقديم بعض التوضيحات أو بعض العناصر غير
الرئية . وأعتقد أن هذا القول ليس جديدا على الممارسين بل
تم التأكيد عليه منذ ما يقرب من نصف قرن ، الى درجة أن
الجرائد المتلفزة الاولى في تاريخ التلفزيون كانت تعوض الاخبار
الهامة ، التي لا يمكن تصويرها بالاخبار المرئية (الصورة) حتى
وان كانت أقل أهمية في سلم القيم الاخبارية ، أن الاولوية لم
تمنح لما هو هام = بل لما هو ممكن تلفزيونيا (1) .

ان اغفال قيمة الصورة في التلفزيون الجزائري معناه ، ابعاد
الجمهور عن الفهم الصحيح أو الفهم الذي تريد المؤسسة أن
توصله للجمهور . لقد كان الجمهور الجزائري مبعدا عن
الصورة في الماضي بحكم المنطق الاستعماري ، حيث كان ديكورا
للافلام الكولونيالية ولم يكن مستهلكا نشيطا لها .

والان ، يحاول تجاوز الارث الثقافي الكبير والتغلب على
الامية التي تمس قطاعا منه = لكن الاعلام التلفزيوني لا يسهل

له العملية ولا يساعده . فالصورة التي هي أقرب للفهم لدى
البعض لا توظف جيدا والكلمة «تترفع» عن الجمهور وتنتيه
لاشباع «الفنتازم» بعيدا عن التحديد والدقة .

يا أيها الذين ... هل فهمتم؟

يلاحظ الجمهور أن لغة التلفزيون الجزائري هي لغة مكتوبة،
صالحة للنشر في الجرائد ، بل تكاد أن تكون أثقل من لغة
الصحافة المكتوبة ، وذلك لأنها تلتصق على لوحة متحركة من
الصور فهي ليست دائما لغة عملية تساعد الجمهور على فهم
ما جرى أو ما يراد له أن يفهم ، انها تعرقله أحيانا ، عن الفهم
وكان «الامر مقصود» وراء الرغبة الغامضة في تطبيق الاعلام .

لا يكفي أن تظهر على الشاشة وتحدث حتى يفهمك الجمهور،
فبعض التلفزيونات التي كانت تؤمن أن لغة أخبارها سهلة ،
وبسيطة وفي متناول الجميع اندهشت لما اتضح لها العكس
فالقنساء التلفزيونية الفرنسية الاولى : تي. أف 1 :

اكتشفت سنة 1980 أن نسبة الفرنسيين الذين لا ينقبولون لغتها
الاعلامية مرتفعة جدا ، اذ تتراوح ما بين 70 الى 75٪ . (2)
ويذكر الاستاذ الشاذلي الفتوري أنه تحدث مع راعي غنم
يستمع الى المذيع بضواحي جربة سنة 1962 وسأله : من يحكم
تونس الان ، فأجاب الراعي انه الباي ، ثم سأله ألا تسمع
بالحبيب بورقيبة فأجاب الراعي انني أسمع به أنه زعيم
سياسي . أعتقد أن الاذاعة التونسية تذكر اسم الرئيس
السابق أكثر من مرة في اليوم لكنها لم تتوصل الى اخبار كل
المستمعين بأن من يحكم البلاد ليس الباي الذي انتزع من

العرش سنة 1956 انه السيد الحبيب بورقيبة • فأى لغة هذه،
التي تبتعد عن الملموسة والمباشرة الى هذه الدرجة ؟

ان عملية التوصيل الاعلامى ليست سهلة كل السهولة فلا
يكفى أن ينطق الصحافى الكلمات والاماكن والاسماء بشكل
سليم فقط ، انها عملية معقدة تتطلب من الصحافى معرفة
الجمهور وادراك الكلمات التي تحمل الغموض أو تشوش الفهم
هذا اذا أراد الصحفى أن يفهم كلامه والا يخاطب نفسه أو
بعض معارفه وأقربائه فقط •

أو لتجسيد فنتازمه • وهنا يجب أن نقف متسائلين عن حشر
بعض الكلمات «المبهمة» في النص التلفزيونى مثل : «الاشاوس»
و«المغاور» ••• اذا علمنا أن التلفزيون الجزائرى يصر على
أنه جماهيرى ويتوجه الى جمهور عريض •

واذا كان هذا لوحده يعد قصورا ، فانه قصور أولئك الذين
لا يكفوا عن الحديث على ثراء اللسان العربى ، دون أن يطبقوا
ما يقولونه ويجسدوا هذا الثراء بشكل يمكن أغلبية المشاهدين
من الفهم بسرعة وبسهولة •

لكن لو اقتصر الامر على بعض الكلمات فقط لهان ، لكنه
يتعدى حدود الكلمة : فماذا يقال عن تكرار مثل هذه المعلومات
التي تحضر الجمهور ليتعرف على الحد (أى تحضير ؟) : لبنان
الوطن الذى يلم جراحه ، لبنان التاريخ الذى يجمع ذكرياته
بين التاريخ والوطن تتفجر النضحيات ، ويتجدد الامل •• الامل
في وطن أو وطن للامل ••• هذه المقدمة التي تصلح يوميا لكل
الاحداث التي تعرفها الاراضى العربية اللبنانية لا تركز على

والمقدمة التي استهلت بها «الوقائع المصرية» سنة 1828 ،
وصف الحرب ، « وقد هاجمت منهم الضراغم ، وطارت
القشاعم وثار الغمام وماجت الخضارم ••• » •

لكن ، لماذا نتحدث في الشاشة الصغيرة الى الملايين من
المواطنين انذين أجبروا على انتظار «الاخبار» بمثل هذه اللغة
العائمة ؟ كيف يستقبل الجمهور هذه اللغة وهو يشهد على
تباين مستوياته الثقافية واللغوية ؟

من المحتمل جدا ، أن يكون لنقص الامكانيات دخل في ظهور
هذه اللغة • كما أن انعدام التنسيق العملى والمنظم بين التقنيين
والصحافيين له دور كبير ومؤثر سلبا على اللغة التلفزيونية •
وانعدام التصور الواضح لما هو الاعلام التلفزيونى الجزائرى ،
يمكن أن يبقى هذه اللغة الى أجل غير مسمى لانه لا يخرج
أحدا ، ولا يطلب من أحد الاجابة على ما يلى : لماذا نقدم
جريدة مصورة ؟ وما هو الهدف منها ؟ ولماذا لا يمكن تعويضها
بالصحف المكتوبة أو النشرات الاذاعية •

أعتقد أن السبب الجوهرى الدافع على «الخروج» عن
القواعد المألوفة والمفروضة على الاعلام المتلفز يكمن في عاملين
اساسيين ، أولهما ، الاعتماد شبه الكامل على برقيات وكالات
الانباء ، وانعدام الارشيف الصحفى وانعدام تقاليد توظيف
الارشيف الصحفى • هذا ما جعل بعض الصحافيين لا يجدون
مجالا للتعبير عن ذاتهم ، أو على الاقل على وجودهم الصحفى
سوى البحث عن الكلمات وترصيف الجمل • وهذا لكى يظهروا

الجديد ، على الأدنى ، على الطارىء ولا تخاطب الجمهور مباشرة وبملوسية تعزها الصورة •

ان هذا المستوى من اللغة ، اذا هيمن في الجريدة المصورة فانه يجعل هذه الاخيرة في نفس مستوى الصحافة المكتوبة في بداية هذا القرن ، فأين هو الاختلاف بين المقدمة المذكورة أنهم لا يجتهدون برقيات وكالات الانباء ، وأنهم فعلا يعملون باجتهاد • وهكذا يصبح الهروب من البساطة والوضوح والمباشرة والجري وراء الكلمات الغامضة أو قليلة الاستعمال ، سلاحا بيد الصحفي يفرض به نفسه • هذا اذا لم يتمكن بمفرده ، أو لم تمكنه المؤسسة التي يعمل بها ، من فرض نفسه مهنيا • بالبحث عن فهم أفضل للاحداث والوقائع ومساعدة الجمهور على استيعابها بشكل أحسن ، وهذا من خلال تقديم خلفيات للحدث : (بيانات تاريخية احصائيات ، تفاصيل تضي بعدا جديدا على الحدث) الكشف عن التكهات الخاصة بالحدث ، وهذا لا يتوفر دائما في برقيات الانباء وان توفر فانه يوظف دائما لغاية لا تتطابق بالضرورة مع غاية التلفزيون الجزائري •

والعامل الثاني لا يقل خطورة عن الاول ويتمثل في ترسيخ صورة للصحافي لا تستند لمعايير مهنية ، فالصحافي الجيد كما تراه «العادة» في التلفزيون هو ... أو أنه ذاك الخطيب الذي يلهب الحماس وكأنه أمام حشد من الجماهير وليس أمام جمهور يرى التلفزيون في البيت أمام أفراد عائلته •

وهو في حالة استلام الاعلام المتلفز • تختلف عن حالة قراءة نص مكتوب في الجريدة ، انها حالة أقرب الى الاسترخاء في جو حميم بعد عمل شاق ومرهق •

انهم يقفون ضد الوظيفة الاخبارية :

لقد ابتهج بعض الجامعيين بهذا الجنوح نحو التلاعب بالكلمات واعتقدوا أن هذه «الشطحات» اللغوية ستكسر رتابة الاخبار وجمودها لكن ، هذا الابتهاج لم يعمر طويلا اذ سرعان ما بدأ الاحساس يكشف عن نوع من المنافسة بين الصحافيين من أجل ماذا ؟ من أجل استعمال بعض الكلمات والجمل التي ليست لها أية وظيفة سوى المزايدة والا ، كيف نفسر النهاية المأساوية التي يصل اليها الخبر الخفيف أو الطريف الذي يقدم في ذيل بعض جرائد الثامنة ، والذي تنصدره صورة • انه يضع في سيل الكلام الذي يحشر فيه كل شيء وتربط فيه الاشياء ببعضها من أجل الربط فقط ، فحتى الاذاعات ترفض هذا الكلام لانها تعتبره ثثرة •

حقيقة أن الاقصاء شبه التام للارسال المباشر في الاخبار التلفزيونية يؤثر كثيرا على التلفزيون وينال من مصداقيته لكن ما يمس بالمصداقية أكثر هو انعدام الدقة في اللغة التلفزيونية • ان تثبيت اللغة التلفزيونية عمل شاق ، لانه يتطلب اعادة النظر في العادة التي اكتسبت قوة القانون وأصبح من الصعب ، (كدت أن أقول من المستحيل) زعزعتها •

فالمقدمات التي تقدم بها بعض الاخبار الصحفية « تقتل » الرغبة في تتبع المشاهدة ، لأنها تطمس موضوع الحدث فالاكتفاء السابقة التي دارت حول تنظيم المستثمرات الفلاحية — بدأت تظهر آثار هذا التنظيم — اختصرت اعلاميا في التلفزيون بما يلي :

الارض ، هذا الكنز الذي لا يفنى والثروة المتجددة والتي بفضلها يزدهر المجتمع . والانسان الجزائري كان دائما مرتبطا بأرضه ووفيا لها . في هذا الاطار عقد اجتماع هام اليوم .. في .. حضره ...

ان قبولية الاخبار بالشكل الذي نشاهده ، تساعد اللغة غير الاخبارية على البقاء فالمادة الاعلامية في التلفزيون توزع في خانتين : خانة « الملفات » ، وخانة الاخبار القصيرة (لماذا تقتصر على الاخبار الدولية فقط؟) .

ان « الملف » يحمل قدرا كبيرا من الغموض واللبس وذلك لان حدوده الصحفية غير معروفة فالخبر الصحفي له حدوده التي يقف عندها ، والتعليق الصحفي كذلك والتحقيق يملك وظيفة تحدد له النقطة التي لا يمكن أن يتجاوزها لكن « الملف » هذا الخليط الذي يحشر فيه كل شيء يضم السمات المتنوعة بعضها خاصة بالتقرير الصحفي والبعض الآخر خاص بالربورتاج والتعليق أي بعبارة أخرى يصح كل شيء فيه الى درجة أن الصحفي لا يعرف في بعض الاحيان ماذا يقصد بالذات .

كما أن الاصرار على الاستمرار في تقديم التقرير الصحفي وفق البناء الكلاسيكي يقال من زخم الحدث في التلفزيون

ويضعفه . وذلك ، لانه من المحتمل أن يكون المشاهد قد اطلم على نفس الحدث في الصحف المسائية أو من خلال الاذاعة أو المحطات التلفزيونية الاجنبية التي تنافس التلفزيون الجزائري في عقر داره . والبناء الكلاسيكي بكل بساطة ، هو التقيد بالنمطية الكرونولوجية للعناصر الاخبارية التي تقتل تدافع الحدث وتقلل من حضور الصحفي بين فاعلي الحدث وفي مكان وقوعه . كما أن هذه النمطية تترك المشاهد في وضع ينفلت منه ما هو هام في الحدث أو ذاك الذي يراه التلفزيون على أنه هام وأساسى . ان التلفزيونات المعاصرة تخلت في مجملها عن الالتزام الدائم بهذه النمطية في التقارير الصحفية التي تقدمها . وفضلت الاسلوب الحي في هذا النوع الصحفي الذي يمشهد التفاصيل المختارة من الحدث ، ويعطى بعدا اضافيا للارسال المباشر . وفي الاخير تنتهي طريقة السرد الصحفي الحية بفرض نفسها على الجمهور . الكل يلاحظ أن التلفزيون الجزائري يختصر الاحداث والوقائع الدولية ، التي يعتقد أنها أقل شأن في سلم القيم الاخبارية ، في شكل أخبار صحفية موجزة — بسيطة — لكنه ، لأسباب مجهولة ، لا يستخدم هذا النوع من الاخبار في تطرقه للاحداث الوطنية ، علما أن مثل هذا الاستخدام يهتم أصلا بالاحداث الطارئة — التي وقعت في آخر دقيقة — والتي يجب الاهتمام بها في موعد اخباري لاحق — الجريدة المصورة الثانية — أو تلك التي يعتقد أن الاهمية تنقصها فيكتفى بالاشارة لها والتذكير بنتيجتها فقط .

ان المجال الذي يساهم في تحديد اللغة البصرية هو الديكور

الذي «تجرى فيه أحداث الجريدة المصورة» والذي يجب ألا يركن للرتابة — وهذا ما تحاول التلفزة الجزائرية العمل به حاليا — ففي بعض المناسبات الساخنة والحاسمة تحاول بعض الجرائد المتلفزة التي تملك الامكانيات ، الانتقال من الاستديو الى عين المكان لتقديم الجريدة المصورة ، وذلك من أجل تجديد الاطار الجمالي ، وأيضا لترسيخ مكتسبات العمل التلفزيوني والذي يقوم على أن الفورية والصورة أحسن ضمان للموضوعية » .

تشخيص الجريدة المصورة في بعض الصحافيين أو المقدمين هو نابع أصلا من فلسفة النجومية التي تخلق وشائج ذاتية بين «صاحب» الجريدة المصورة والجمهور ، وتعتبر في جوهرها عن ضرورة الصمود أمام التنافس الشرس الذي يجعل الصحفي / المقدم للجريدة المصورة لا يختلف كثيرا عن البائع في الاسواق الذي ينادى على سلعته لجلب المشتريين .

لكن ما يجب الإشارة اليه ، هو أن هذا التشخيص لا يضمن وحده انتاج لغة تلفزيونية راقية ، لأن هذه الأخيرة مرهونة بمعامل حضور الصحفي ، وأيضا بقدرته على الظهور في وضع طبيعي غير مفتعل وغير «متكلس» وهنا ، يجب استغلال الطاقات الصوتية وتلويحاتها والدلالة التعبيرية للوجه لتتسجم مع الموضوع / الحدث المطروح وتوحى بمعايشته . ألم يقال أن التلفزيون أضاف للصحافة طاقة تعبيرية هائلة ؟

1 - Presse - actualité N° 177 Novembre 1983

2 - Ibid

3 - Les nouvelles chaînes Presse Universitaire de France

Paris 1983

Page 170

حول الممارسة الاعلامية في الجزائر:

الخطاب الصحفي الاستعماري في ظروف الازمة:

من أين يأتي الخطر!

استخدام الانواع الصحفية في وسائل الاعلام الجزائرية:

الخطاب الصحفى الاستعمارى فى ظروف الازمة:

تعددت زوايا النظر للظاهرة الاستعمارية، وبقيت الزاوية الاعلامية الاقل حضورا من بقية الزوايا، وهذا راجع فى اعتقادنا، الى الرؤية الضيقة التى تختصر التاريخ فى بعده السياسى وتغفل الأبعاد الأخرى، الاجتماعية والثقافية، وأيضا الى النظرة التبسيطية التى ترى الاعلام أداة فقط، وتسلب منه أهميته فى المجتمع. وحتى أن الأعمال القليلة التى أنجزت عن الاعلام والاتصال فى بعض المجتمعات المستعمرة لم تتوصل الى تقديم انارة جديدة تكشف عن أبعاد جديدة فى الظاهرة الاستعمارية، أو توضح موقع الاعلام فى ميكانيزمات هذه الظاهرة. وذلك لأنها تتوقف عند حدود الدراسات الوصفية والكرونولوجية لوسائل الاعلام فى تلك الحقبة التاريخية •

تسعى هذه الدراسة الى الكشف عن مدى استعانة النظام الاستعمارى بوسائل الاعلام، لتثبيت سياسته على المستويين: على مستوى الواقع الحياتى اليومى، وعلى المستوى النظرى أى مستوى وعى صناع هذا الواقع • والتحويلات والتعديلات التى أدخلت على لخطاب الصحفى حتى يحقق ذلك •

يجب أن نوضح فى البداية ما المقصود من «ظروف الازمة» •
اننا نعنى بها على الصعيد النظرى ، بداية احتضار النظام

الاجتماعى القديم/ النظام الكولونىالى، وبداية المخاض لولادة
نظام اجتماعى جديد/ النظام الوطنى • ونقصد بها عمليا، بداية
الحرب التحريرية الجزائرية فى أول نوفمبر من سنة 1954 •
تنطلق هذه الدراسة من الافتراض التالى :

سعت لصحافة الاستعمارية الى تجسيد مقولة «الجزائر جزء
من فرنسا» وهذا من خلال تقديم مادة اعلامية متوازنة عن
الحياة السياسية والثقافية والرياضية فى فرنسا وفى الجزائر
المستعمرة • وهذا لتثبت فى وعى القراء (معمرين فرنسيين ،
وجزائريين) بأنهم موجودين فى جزء من التراب الفرنسى ومن
الثقافة الفرنسية • ولكن مع بداية الازمة تتلاشى هذه الموازنة
ويبدو التركيز واضحا على الاوضاع المتغيرة فى الجزائر • ويتغير
بموجبها الخطاب الصحفى الاستعمارى الذى كان يقف عند حد
اعلام القراء واخبارهم بالمستجدات وترفيهم وتسليتهم •
ويصبح يدعو القراء، جهرا، الى الحركة والنشاط للمقاومة ،
مقاومة «صناع نوفمبر» •

يقودنا هذا الافتراض الى صياغة التساؤلات التالية :

— هل حافظ الخطاب الصحفى الكولونىالى على المضامين
«القديمة» فى مادته الاعلامية، واستمر فى تقديمها بنفس
اللهجة ؟

— هل أن «ظروف الازمة» دفعت الخطاب الصحفى الكولونىالى
الى اعادة النظر فى مكونات العملية الاعلامية ؟ والى صياغة
جديدة للعملية الاعلامية على ضوء المتغيرات الجديدة ؟

ستقودنا الاجابة على هذه الاسئلة الى القيام بمحاولة
رصد انقلاب الخطاب الصحفى الاستعمارى على المفاهيم
والتصورات الاعلامية النابعة من المذهب الليبرالى للاعلام ،
المحددة لدوره ووظيفته فى المجتمع • والى الكشف عن أشكال
تمرد هذا الخطاب على بعض النظريات الاعلامية التى تسعى
الى تقديم صورة مطلقة للعملية الاعلامية، بعيدا عن الشروط
الاجتماعية والنفسية التى تؤثر على تشكيل مكونات هذه العملية
وعلى أهدافها • وقد ارتأينا أن نتخذ من الجرائد الاستعمارية
الصادرة فى الجزائر خلال الاسبوع الاول من شهر نوفمبر
1954 مجالا لهذه الدراسة • (1)

1 — كان الاستعمار الفرنسى يرى الصحيفة من بين الوسائل
الاساسية التى تمكنه من السيطرة على الشعب الجزائرى •
بدليل أن المطبعة كانت ضمن العتاد الحربى الذى حملة الجيش
الفرنسى فى غزوه للجزائر سنة 1830 • وقد باشرت هذه
المطبعة عملها بطبع أول صحيفة استعمارية تحت اسم «ليستفات
دو سيدى فرج» والتى كان يسهر على انجازها الجيش الفرنسى
وتوزع على الجنود والضباط لتوعيتهم بمهامهم وبالهدف من
احتلال الجزائر • وقد واصلت هذه المهمة عدة صحف أخرى لعل
أهمها هى صحيفة «المبشر» التى واكبت توسع الاستعمار
الفرنسى ليعطى كامل التراب الجزائرى • وسعت لاطلاع
الجزائريين على مختلف القوانين والتشريعات الاستعمارية (قوانين
الاملاك العقارية، التنظيم الادارى ••) وبلغ حجم الاهتمام
الفرنسى بالصحافة درجة التأطير شبه الكامل للوجود الاستعمارى

في الجزائر ، على الصعيدين الأفقي (توجد صحيفة واحدة على الأقل في كل مركز عمراني يوجد به معمران فرنسيون) • وعلى الصعيد العمودي (صدور صحف ناطقة باسم التكتلات المهنية، لعل أبرزها صحيفة «الثل» الناطقة باسم الفرنسيين «المالكين» للاراضي الزراعية والتي تأسست في سنة 1964 بالبلدية •

2 — كانت الصحافة الكولونيالية الصادرة في الجزائر تلبى حاجة المعمرين للاعلام ، وتسعى لتوحيد آرائهم ومواقفهم ومواقفهم والتعبير عنها • ولا يمكن لاحد أن ينكر ما للمعمرين من وزن وتأثير في صياغة السياسة الاستعمارية، وهذا بحكم عددهم الذي بلغ سنة 1954 ، سدس (1/6) مجموع سكان الجزائر ، وأيضا ، لموقفهم الانتاجي في الجزائر حيث استولوا على 700 = 726 • 2 هيكتار من الاراضي المنتجة ، واحتكروا 90٪ من النشاط الصناعي والبنكي ، وسيطروا على الهيكل الاداري والتقني في الجزائر • (2)

(3) — تعدت الرسالة الاستعمارية الجهمسور الاروبي (المستوطنين) لتصل الى فئة من الجزائريين ، التي تعد نتاج تقاطع عدة قرارات واجراءات (مرسوم 1883) القاضي بتكوين جهاز مدرسي فرنسي جديد في الجزائر ، اجراءات التبشير والتبشير التي شرع في تطبيقها ابتداء من سنة 1867 • هذا اضافة الى العراك الاجتماعي — ثقافي الناجم عن النشاط الاندماجي •

4 — لم يكن نتاج الصحافة الكولونيالية يصب في الفراغ ، بل كان يقوم على ارضية صلبة أفرزتها «المؤسسات الايديولوجية»

المختلفة والتي اشتركت ، كل واحدة من جهتها ، في انتاج نفس المواقف والقناعات لكن بأساليب مختلفة، باختلاف خصوصية المؤسسة، فحول نفس المواقف تلتقى الاغنية الاستعمارية ، والادب الكولونيالي والصحافة والسينما الكولونيالية التي حلت مضمونها الاستاذ فرانسوا شفلندوي قائلا: «ان الهدف من العمل الايديولوجي الذي قامت به السينما الاستعمارية هو اقتراح صورة للمتفرج «المتروبولي» يجد فيها نفسه ، بما تحمله هذه الكلمة من قوة المعنى ، يجد فيها شرعية العالم كما هو ، وكما «كان دائما» حتى يتقبل في ذات الوقت «شرعية مكانته في العلاقات الكولونيالية كما هي» • (3)

5 — بعد التضييق والمحاورة التي عرفتھا الصحافة الفرنسية التي تعادى الوجود الاستعماري الفرنسي بدرجات متفاوتة (4) وبعد الملاحقة والمصادرة التي تعرضت لها صحافة الحركة الوطنية الجزائرية ، خاصة بعد الاول من نوفمبر 1954 • بقيت الصحافة الاستعمارية هي المصدر الوحيد للاعلام والتوجيه ، ولم ترزعزعا وسائل الاعلام الاخرى • وذلك لضعف انتشار أجهزة الراديو خاصة في الاسر الجزائرية • وهذا لا يرجع لموقف سياسي بحث من الراديو ، باعتباره رمز السلطة الاستعمارية ولا لعامل اقتصادي محض (انخفاض الدخل الفردي ، غلاء سعر أجهزة الراديو ، تخصيص جزء من ميزانية الاسرة لشراء بطاريات بشكل يكاد يكون منتظما) • ولكن لاعتبارات ثقافية وحضارية أيضا ، والتي يمكن استنباطها من قول المفكر فرانز فانون : «ان تقاليد الاحترام تنصف عندنا بنوع من الاهمية والتدرج • بحيث

يصبح من المستحيل علينا عمليا ، أن نستمتع على نطاق الاسرة الى برنامج الراديو . فالتلميحات الغزلية ، أو حتى الاوضاع الهزلية التي ترمى الى اثار الضحك المشار اليها في الراديو تحدث في وسط الاسرة المتحلقة للاستماع تسوترات لا يمكن احتمالها (5) .

يصطدم كل دارس للصحف الجزائرية الصادرة في الاسبوع الاول من سنة 1954 بعنصرين بارزين يعتقد من أول وهلة أنهما متناقضان . لكن تكاملهما يتضح من خلال الدراسة والتحليل .

العنصر الاول الفرع والتهويل .

احتوت المادة الاعلامية في هذه الصحف على قدر كبير من التهويل والفرع : « الاغتيال الارهابي : 8 قتلى » (6) . « اعمال تخريبية عديدة في منطقة القبائل وقسنطينة » (7) « الوضعية خطيرة في منطقة الاوراس » (8) . بماذا نفسر كل هذا الفرع والتهويل الذي يعطى الجانب الاخباري في المادة الاعلامية ويحولها الى صيحة « تخويف » ؟ هل هو ناجم عن عنف الاحداث التي شكلت موضوعا يحتوى على قدر كبير من الاثارة والخروج عن الرتابة ، وهو الشيء الذي تبحث وتتسابق من اجله اية صحيفة لبيراية ؟ أم أن هذا الفرع قد عبر عن فجائية أحداث أول نوفمبر، وعن عدم توقع حدوثها . في الحقيقة لم تشك الصحف ولا السلطات الاستعمارية في تطورات الوضع في الجزائر ليلة أول نوفمبر بدليل أن الحاكم العام للجزائر ، قد أدلى بحديث صحفى لجريدة « التيمز » قبل هذا التاريخ بأسبوع (9) ولم يشر

فيه لا من بعيد ولا من قريب، الى احتمال انتقال الشعب الجزائري الى الكفاح المسلح ، وهذا رغم استرساله في شرح أشكال استمرار ما أسماه « بالشعور الجزائري المعادي لفرنسا » .

وما يؤكد أكثر عدم توقع الصحافة مثل هذه التطورات في الوضع الجزائري هو لجوء بعضها الى تحميل الثوار التونسيين مسؤولية أحداث أول نوفمبر (10) ، وانصراف البعض الآخر الى نسب هذه الاحداث الى بعض القادة « الزعماء » في احدى تشكيلات الحركة الوطنية الجزائرية (11) .

رغم جهل الصحافة الاستعمارية مصدر الاحداث ، الا أن لجؤها الى هذا القدر من التهويل يكف في مضمونه عن احساس بأن الشعب الجزائري مقبل على وضع لم يسبق له وأن عرفه من قبل (حتى ابان مجزرة 8 ماي 1945) . ويفصح عن شعور كامن باحتمال حدوث شروخ في النظام الاجتماعي في الجزائر . هذا ما يمكن استنتاجه من تأكيدات والحاح هذه الصحف على تزامن وقائع أول نوفمبر في عدة مناطق في القطر الجزائري (12) . والكل يدرك أن مثل هذا التأكيد ليس مجانا، لان الشعب الجزائري لم يعرف في تاريخ كفاحه الطويل هذا العنف وهذا التزامن والاتساع .

ان أحداث أول نوفمبر قد دفعت الصحافة الاستعمارية لتقترب أكثر من بعضها مقلصة الفوارق بينها الى درجة نكاد فيها أن نقرأ مادة واحدة عن هذه الوقائع ، ولا تختلف الا في بعض التفاصيل الدقيقة ، وفي الصناعة الصحفية ، واجتهاد هذه الصحف في ابراز الجانب الاستعراضي لما عرفته الجزائر ليلة أول

نوفمبر ، لا يعنى أبدا أن التقيد بالصياغة « الليبرالية » للخبر الصحفى . بل يدل على مجهود صحفى يهدف الى زرع الرعب والخوف فى النفوس ، ويرمى الى تثبيت منطق تبريرى للتدخل الاستعماري العنيف للقمع والاضطهاد .

العنصر الثانى : الترويج لانتصار القوات الاستعمارية .

تخشى الصحف الاستعمارية أن تفهم خطأ ، ويؤول ما تضمنته من فزع وهول بأنه ضعف القوات الاستعمارية وعجزها ، وشدة القوات المناهضة لها . لهذا نجد ما تذكر بحزم مظاهر قوة التصدى لدى السلطات الاستعمارية وتؤكد على استعمال الوسائل اللازمة لاختماد « التمرد » وتصفية « الارهاب » وهذا ما يستنتج من مجرد قراءة عنوان المقالات الافتتاحية والتقارير الصحفية : « ارسال ثلاث سفن حربية الى موانئ مناطق قسنطينة » ، « الطائرات تدعم اليوم نشاط القوى العسكرية فى « خنشلة » ، « القاء القبض على 196 شخصا فى الجزائر خلال 48 ساعة من مصادرة الاسلحة والقنابل » ، « لقد قطع رأس المنظمة الارهابية » .

ان الترويج لانتصارات الجيش الفرنسى الحقيقية أو المزعومة ليس مؤشرا جديدا فى الخطاب الصحفى الاستعماري ، أى أنه ليس وليد الازمة ، بل تزامن مع تاريخ الاستعمار ومع نشاطه الرامى الى قتل الامل فى النفوس التواقية أو التعامل على الانفلات من قبضة الفرنسيين حتى أصبح موضع تذمر وتقزز الضباط الفرنسيين أنفسهم . وهذا قول أحدهم متهمكا : « كلما

استولى الجيش الفرنسى على دكان أو قام بمناوشة صغيرة مع العدو ، أو خاض معركة (أو بالاحرى شبه معركة) أصبح كل ذلك موضع حكايات مضخمة . فالامر يبعث على الاسف ، ولا بد من الاقرار بالحقيقة التالية ، وهى أن البلاغ العسكرى استحال الى جهاز من أجهزة الدعاية للجيش » (13) .

اذن ، ان اظهر قوة وبطش القوات الاستعمارية الذى يستهدف ترعيب الشعب الجزائرى وتثبيط عزائمه ليست سمة جديدة فى الخطاب الصحفى الاستعماري . والجديد الذى فرضته ظروف الازمة هو ذلك التكامل النشط والتعاون الوظيفى بين الاجهزة المنتجة للخطاب الصحفى الاستعماري ، وبقية المؤسسات العسكرية/البوليسية ، والاجتماعية/الاقتصادية ، حيث تعيد هذه المؤسسات انتاج نفس الخطاب الصحفى بما يتلاءم ووضعها ، وتعطى له الامتدادات التطبيقية ضمن نشاطها اليومى . والمفكر فرانز فانون يقدم عدة أمثلة تؤكد صحة ما سبق قوله ، حيث يذكر أن المعمرين الفرنسيين يجمعون عمال مزارعهم ويعلموهم بأن هذه « العصابة من المتمردين » غير المعروفة فى المنطقة قد قتلت فى الاوراس أو فى منطقة القبائل ، أو يهدون الى الخدم زجاجة « ليمونادة » أو قطعة من الحلوى بمناسبة اعدام بعض المشبوهين على بعد بضعة كيلومترات من المزرعة (14) .

ان الخطاب الصحفى الاستعماري لا يستلهم مضمونه من القوة والبطش فحسب ، بل من الحساسيات التى يوظفها لخلق الانقسام وسط الشعب الجزائرى ، ودفعه للتناحر والاقتتال

على أساس تناقض وهمي « وهكذا ، لم يعد التأكيد غير البريء على الكلمات التالية « القبائلي » « الشاوي » ، « العربي » الخ ... ينفع في الخطاب الصحفي ، بل انفتح هذا الخطاب على « بقايا » الضغائن والاحقاد بين مواطني منطقة واحدة وبين سكان « دوار » (أى قرية) واحدة (15) .

الخطاب الصحفي الاستعماري والفكر التبصري *

في الموقع الاستعماري تتحدد العلاقة الموضوعية بين المستعمر (بفتح الميم) والمستعمر (بكسر الميم) من خلال القهر المزدوج (القهر الوطني والقهر الاجتماعي) ويصبح ضابط هذه العلاقة هو « العنف ، الهيمنة ، الاستغلال ، التبعية » ، وفي الخطاب الصحفي الاستعماري الكولونيالي ، تتقلب هذه العلاقة وتشوه ، فيصبح المستعمر (بكسر الميم) : هو القوة المنظمة التي تعمل على تثبيت الامن والاستقرار والقادرة على تحقيقه ، والساعية من أجل رفاهية الشعب وسعادته — كل الشعب ولا تستثنى شريحة اجتماعية أو أقلية دينية أو عرقية — وأيضا من أجل تثقيفه وتحضره . وبالمقابل يوجد المستعمر (بفتح الميم) حشد « الفرنسيين المسلمين » الذي يتكون ممن يبحث عن أمنه وأمن أسرته ويطالب بهما ، ويوجد فيهم « شرذمة » « اراهبية » « مخربة » « فلاقة » ، « خارجة عن القانون » (16) .

ان الخطاب الكولونيالي لم يكتف بتبريد هذه النعوت والوصاف التي يشبع بها الخطاب السياسي ، أى أنه لم يقم بعملية إسقاط هذه الاحكام التقييمية على مناهضة انظمام

الاستعماري ، بل سعى الى نحت صورة ملموسة لهؤلاء في الوعي الاجتماعي ، وهذا لاعتقاده بأن التجريد يقلل الاقتناع . لذا ، نجد أن المواد الاعلامية تتزاحم لتسترد تفاصيل قصة قيام ثلاثون (30) فلاقا (اسم أطلقه الاستعمار على المجاهدين) بنهب خمس فيلات في منطقة قرب قالمة (17) . وفي صياغة هذه الصورة ، يجرّد الخطاب الصحفي المجاهدين الجزائريين من كل خصلة من الخصال التي يفرضها الظرف الثوري : البطولة ، الشجاعة ، التضحية بالنفس ، الرحمة والشفقة الانسانية (18) .

من عناصر هذه الصورة تتشكل الارضية التي يقف عليها الخطاب الصحفي الكولونيالي التبصري ليكتسب شرعية استباحة هدر دم المجاهدين في وعى القراء ، والتأكيد على أن أحداث نوفمبر تستهدف الابرياء (فرنسيين وجزائريين) يحمل في جوهره دعوة صريحة لطلب النجدة والحماية من القوات العسكرية الفرنسية (19) .

تتعاون وتتكامل قوالب التعبير الصحفي (الخبر ، التقرير ، المقال ، التحقيق) لتنتج في ظروف الازمة ، بشكل ملفت للنظر ، أحكاما تبريرية للوجود الاستعماري ، وتقدم قيما لاستمرار هذا الوجود ، ولعل أبرزها هو ما يلح عليه الخطاب الاستعماري ، والمتمثل في « الانجازات » التي حققها في الجزائر المستعمرة (بفتح الميم) ، ويتحول اللاحاح الى نوع من التساؤل عن سبب توجيه السلاح الى صدر المستعمر (بكسر الميم) ، ومع تصاعد الاحداث الدامية في عدة مناطق من الجزائر ، وجهت الصحافة الكولونيالية نيران غضبها الى الشعب الجزائري (الذي لا يعترف

(بالجميل) ، وهذا من خلال نشر ما كتبه الصحافة انصاردة في فرنسا والتأكيد عليه : «ان المقارنة بين الظروف التعيسة التي تعيشها شعوب مصر وسوريا وايران والاردن ، وبين تلك التي تعيشها شعوب افريقيا الشمالية كافية وحدها لقياس الفوائد التي تجنيها هذه الشعوب من وجودنا في الجزائر والرباط وتونس» (20) ان هذا التأكيد لا يعكس درجة معينة من حنق النظام الاستعماري وطمسه للأسباب التي حركت الشعب الجزائري وحملته السلاح لمكافحة الاستعمار فقط ، بل يعبر في مضمونه عن شكل من أشكال تخويف الشعب الجزائري ، تخويفه بالمستقبل السذي يعتقد الخطاب الصحفي الاستعماري أنه لن يكون أحسن من الحاضر ..

ان هذا التأكيد يحضر الارضية للمجهود الفكرى الذى يبذله الخطاب الصحفي الكولونيالى والرامى الى خلق صورة متعارضة للاستعمار وللمجاهدين ، فالاستعمار يبذل المجهودات في سبيل البناء والتشييد والازدهار = والمجاهدون يقومون بنشاط سلبي يتمثل في « الارهاب ، التخريب ، القتل المتعمد ، الحريق ، نهب الممتلكات الشخصية ، الاعتداء على الابرياء والعزل» ...

في هذا الوضع التقابلى لصورة المستعمر (بكسر الميم) البناءة والمشرقة وصورة المستعمر (بفتح الميم) الهدامة القائمة ، يفتح الخطاب عند حدود استعراض أحداث أو نسوفمبر فقط ومن أجل توفير الفرصة الكاملة لتوجيه الاختيار ، يتوقف هذا الخطاب عند حد حدود استعراض أحداث أول نوفمبر فقط وتضخيم جوانبها . ولا يغوص في أسباب ظهورها ولا في

أهدافها ، بل يتخذ من التفاصيل والاستعراض بعض العناصر التي توحى بأن هذه الاحداث هي «خاصة» ، وتمثل غاية في حد ذاتها ، وليست وسيلة لتحقيق المستقبل الذى عجزت عن تجسيده الوسائل الاخرى طيلة 130 سنة من الكفاح الشاق .

لا أحد ينكر بأن أحداث أول نوفمبر عبرت بشكل جلى عن احتدام علاقة التناقض بين المستعمر والمستعمر وارتقاءها الى مرحلة التصادمية العنيفة (الكفاح المسلح) . لكن الخطاب الصحفى الاستعماري يقفز على هذه الحقيقة عندما يتدخل لإعادة صياغة هذه العلاقة وتقديمها لجمهور القراء ، حيث يعتمد تجزئتها ويعرضها على شكل وقائع واحداث يائسة معزولة عن ماضيها ومفصلة عن المستقبل . فعندما يطمس العلاقة الموضوعية بين المستعمر والمستعمر ، فانه يبنى على أنقاضها علاقة انسجام وتكامل خالية من القهر والعنف ، لا تعكر صفوها الا وقائع الاول من نوفمبر التي ليست وليدة قوة منظمة وواعية ، بل نتيجة لتصرفات بعض العناصر (الشاغبة والراغبة) والتي تريد الحاق الضرر بمستقبل الشعب (الجزائري والفرنسى) . لهذا يجب التدخل ، والتدخل بحزم وعنف من أجل القضاء عليها . وهكذا يتضح جليا أن ممارسة العنف الشامل والمنظم يحتاج دائما الى خطاب يشرعه ويألفه للناس . ونعتقد أن الخطاب الصحفى هو الافضل من يحقق ذلك ، وذلك لانه يتغذى من الخطاب السياسى ويثرى هذا الخطاب ويقلل من امكانيات تأويله وتفسيره ويحول أفكاره الى قوة مادية تحرك المؤسسات الاستعمارية القمعية وأعوانها .

اشكال الانقلاب في الخطاب الصحفى الاستعمارى •

كانت الصحافة الاستعمارية توازن في مادتها بين المواضيع التى تتعلق بفرنسا ، وبين تلك التى تتعلق بالدولة المستعمرة (الجزائر) • وهذا التوجه الاعلامى هو اعادة انتاج للموقف السياسى الاستعمارى ، الذى يرى الجزائر ككيان جغرافى واجتماعى وثقافى ، هى جزء من فرنسا ، وأيضا لربط المعمرين بنشاط الدولة الام (وهذا من خلال جعلهم يعيشون نشوة انتصار فرق كرة القدم التى أحبوها وهم صغار ، أو نشاطات الفرق الموسيقية وحكايات نجوم السينما الفرنسية بكل تفاصيلها) ، حتى لا يشعرون بالانقطاع والانعزال • لكن في حالة الازمة تنقلب هذه الموازنة وتصبح أحداث الجزائر تغطى الجزء الاكبر من الصفحات الاولى والاخيرة من الصحف الاستعمارية ، وتختصر كل الاخبار عن الجزائر في « أحداث الشعب » • وتتقلص الحياة في الدولة الام (فرنسا) في الصحف الاستعمارية ، لتصبح عبارة عن مجموعة من التصريحات والبيانات التى تصدرها هياكل الدولة الاستعمارية والمتضمنة الموقف من هذه الاحداث •

ان الصحف الاستعمارية الصادرة في الجزائر أخذت بعض الحرية وابتعدت بأشكال مختلفة عن الحكم المركزى في فرنسا ، وهذا في ظروف السلم ، حيث كانت لا تتردد في أن تميز نفسها ، باعتبارها ناطقة باسم المعمرين في الجزائر ، فتوجه بعض الانتقادات للسلطة المركزية ازاء الوضع في الجزائر • لكن في

ظروف الازمة تنقلص هذه الحرية وتندثر ويصبح الخطاب الصحفى الاستعمارى مكبر صوت الحكم المركزى •

ان تعدد وتنوع الصحف الاستعمارية الصادرة في الجزائر والذى جاء للتعبير عن توسع النشاط الاستعمارى وعن الارادة لدفع الشرائح والفئات الاجتماعية التى يعرفها المجتمع المستعمر (بفتح الميم) نحو الانسجام والتلاحم الفكرى • وفى الغالب ، يبرر هذا العدد الكبير من الصحف بتثبيت النظام الاستعمارى بلبيرالية الاعلام التى تؤمن بالحق في الكلام وحرية التعبير • وهذا ، ما نلاحظه بشكل جلى من القراءة الاولى للعدد الاول من جريدة صدى الجزائر Echo d'Alger والذى برر فيه الناشر سبب اصدار هذه الجريدة قائلا : « ان اصدار صحيفة صباحية ثانية » يجد تفسيره في الضرورة التى يقتضيها الاعلام الليبرالى ، وستعمل « صدى الجزائر » على تشكيل الثقل الموازى للاحتكار الاعلامى الذى أصبح خطيرا فعلا » (21) •

ان التشيع للمذهب الليبرالى في الاعلام معناه تقيد الصحافة ووسائل الاعلام الاخرى ببعض الضوابط المنظمة للنشاط الصحفى وهى الحرية في اصدار الصحف بما يضمن تنوع المعلومات والآراء والقناعات ، وأيضا التقيد بالوظائف العامة للاعلام وهى : الاخبار والتنوير والترفيه •• لكن كل هذه الضوابط تتلاشى وكل هذه الوظائف تختفى بمجرد أن يشعر النظام الاستعمارى بأن موقعه المهيمن والمسيطر قد أصبح في خطر • وان مكانته قد بدأت تهتز فيبدأ بمصادرة الصحف المعارضة ويلحقها بنفس درجة ملاحقة التنظيمات السياسية

والهنية المعارضة له . وهذا ما تجسد فعلا في الجزائر بعدد حوالى ثلاثة أيام فقط من أحداث أول نوفمبر . وفي نفس الوقت اختفى التباين الطفيف الذى كان موجودا في الصحف التى سمح لها بالاستمرار في الصدور ، واقتربت من بعضها بشكل لم يسبق له مثيل ، وهذا بعد أن تغير مضمون المادة الصحفية وأصبح عبارة عن نداءات متواصلة للتعبئة ولتطويق «أحداث نوفمبر» والتصدى المنظم لكفاح الشعب الجزائرى .

ان ظروف الازمة لم تولد التغيير في محتوى المادة الاعلامية فقط ، بل أحدثت انقلابا في مجمل عناصر العملية الاعلامية . فالجمهور المشكل من القراء الفرنسيين والجزائريين لم يعد كتلة «هامدة» تتلقى «حقها» من الاعلام والترفيه بشكل سلبى ، بل تحول الى مجموعة من التكتلات الواضحة والمحددة بموقعها الجغرافى وبسمات المنطقة التى تنتمى اليها . وأيضا بقسماتها الثقافية والنفسية . فالخطاب الصحفى الاستعمارى تحول من التوجه الى الجمهور المطلق الى مخاطبة هذه التكتلات ودعوتها الى الحركة والنشاط لمساندة الجهود المخلصة لابقاء النظام الاستعمارى في الجزائر (22) . وحتى وأن شكل العملية الاعلامية التى كانت تأخذ الشكل الرأسى قد تغيرت هى الاخرى . حيث كانت العائلات التى سيطرت على النشاط الاقتصادى والسياسى في الجزائر ، مثال : رؤول فيرى ، وفيليب رولاند ، وشغالى وليريالدي مروال ، وشارك ماتيك هى التى تملك الصحف الاستعمارية وهى التى تقرر أن يطلع القراء على هذه الاحداث وليس غيرها ، وفي هذا الوقت وليس في

وقت آخر وبهذه الصيغة وليست تلك ، ومن أجل احداث هذا الشكل من التأثير بعينه . فحافظت على هذا الشكل من الاعلام ، لكنها غيرت مضمونه في ظروف الازمة . حيث فسحت المجال للجمهور/المواطنين وأشركتهم في تحرير المواد الاعلامية وهذا بابداء رأيهم وتقديم انطباعاتهم (دهشتهم) حول ما يجرى ، وتقديم شهاداتهم واقتراحاتهم . أى أنها قالت ما أرادت أن تقوله على لسان المواطنين وهذا ما جعل المادة الاعلامية تظهر في صيغة جديدة ، أى أنها منتجة من الجمهور وتعود الى الجمهور توخيا لمزيد من المصادقية ولتحقيق الغاية من الاعلام في ظروف الازمة : أى اتخاذ موقف نشيط من أحداث نوفمبر .

وضمن هذا الانقلاب ، أعيد النظر في الرؤية الى «الجزائرى» فبعد أن كان يغذى صفحة المنوعات ويشكل مادة صحفية لصيانة أخبار الطرائف والجرائم والمفارقات .

وبعد أن كان حضوره على الصعيد الصحفى يتجاوز صفحة المنوعات ليصل الى صفحة الرياضة . نجده في ظروف الازمة يتحول الى مصدر للاخبار الصحفية ، ومركز اهتمام الخطاب الصحفى الذى لا يتوانى عن الكشف على قلقه على مستقبل «الجزائرى» اذا استمرت الامور على ما هى عليه من «أعمال العنف والتمرد» وعن حقه في الحياة في ظل الاحترام والامن .

— ان ظروف الازمة قد دفعت المؤسسات الصحفية الاستعمارية لتعيد النظر في علاقاتها مع بقية المؤسسات الاجتماعية والسياسية والبوليسية ، وتبحث عن أشكال تكاملها لتثبيت بعض القنوات المبررة للوجود الاستعمارى واستعمال

العنف من أجل إبقاء هذا الوجود = الشيء الذي جعل المفكر فرانز يقول أن الرسالة الاستعمارية قد بلغت من القوة ومن تعدد الصيغ التي تفرض بها لجعلها حقيقة إلى درجة جعلت المستعمر «بفتح الميم» لا يملك في كثير من الأحيان الاقتناعات الداخلية والتي لا تنقاس ليواجه بها الهجوم الصارم للصحافة الاستعمارية (23) =

— ان التوجيه والتسييس والادلجة التي كان يرفضها المذهب الليبرالي للإعلام ، من خلال الالتحاق على ضرورة قيام منافسة بين وسائل الإعلام من أجل اخبار وترفيه الجمهور فقط . تصبح شديدة الحضور في ظروف الازمة ، ويتعدى عنفها وشدها عملية استدراج الجمهور نحو مواقف واضحة أو متسترة ، بل تتحول إلى قوة ضاغطة تفرض نفسها على الجمهور خاصة بعد أن تتدخل المؤسسات القمعية لمرافقة هذا الخطاب واعادة انتاجه وفق منطقها الخاص .

— تفرض ظروف الازمة تحديد وضبط عملية الاعلام التي كانت تظهر بشكل مجرد ومطلق حيث أعيد النظر في موضوع المادة الاعلامية وفي محتواها وفي أسلوب تقديمها ، كما أعيد النظر في الجمهور وأصبح أكثر تحديدا وتعيينا من قبل . وضمن هذه التغيرات كلها ، أعادت الصحف الاستعمارية النظر في رؤيتها إلى الجزء الثاني من جمهورها (الجزائريين) الذي يمكن القول عنه ببعض التحفظ ، أنه كان في السابق شبه غائب في الخطاب الصحفي الاستعماري .

(1) الأعداد التي تضمنتها هذه الدراسة هي تلك التي أصدرتها الصحف التالية : «الصدى الجزائري» ، «البرقية اليومية» ، «الجريدة الجزائرية» ، «آخر ساعة» .

L'Echo d'Alger, La Dépêche Quotidienne, Le Journal d'Alger, Dernière Heure

(2) النصوص الأساسية لجبهة التحرير الوطني (1954 — 1962) مطبعة رغبة 1979 ص 84 .

(3) François Chevaldonné : le cinéma colonial en Afrique du Nord, introduction à la sémiologie : OPU SD

(4) Claude Collot : le régime de la presse musulmane algérienne des sciences juridiques, économiques et politiques, 1974

(5) فرانز فانون — سوسيولوجية الثورة : ترجمة دوقان قرقوط — دار الطليعة ، بيروت 1970 ص 64 .

(6) L'Echo d'Alger : 2 Novembre 1954

(7) La Dépêche Quotidienne : 2 Novembre 1954

(8) Journal d'Alger : 3 Novembre 1954

(9) Times : le 23 Octobre 1954

(10) L'Echo d'Alger : 2 Novembre 1954

(11) شرعت «الجريدة الجزائرية» في البحث من مصدر التفريات التي وقعت في الجزائر — ابتداء من عددها الصادر في نوفمبر حيث نشرت فيه تحقيقا صحفيا تحت عنوان «الجريدة الجزائرية تفتح الملف السري لحزب الشعب الجزائري» .

(12) لتوضيح هذه الفكرة نورد مثالين فقط ، أحدهما يتعلق بما كتبه جريدة الجزائر في عددها الصادر في 3 نوفمبر 54 حيث جاء فيه ما يلي : «كيف تريدون أن ننقل بأن الحرائق وأعمال التخريب والإغتيالات المتعددة التي ارتكبت ليلة الأحد وفي نفس الساعة ، وفي حوالي عشرين نقطة من التراب الجزائري من خنشلة (قسنطينة) إلى وهران مروراً بالبنين والاوراس والقبائل والجزائر والميجة = ليست أحداث جزائرية ؟» أما «الصدى الجزائري» فقد كتبت يوم 2 نوفمبر ما يلي : «إن اختصار اليوم ، وتزامن الإغتيالات ، وتشابه الأسلحة المستعملة ، والتنظيم لجماعات الهجوم بلباس عسكري خاصة تلك المتواجدة في المناطق الحدودية مع تونس والجزائر ، كل هذا يكشف ببساطة عن وجود مخطط محكم للتبليغ» .

(13) نقلا عن مصطفى الأشرف : «الجزائر ، الأمة والمجتمع» ترجمة د . حنفي بن عيسى — المؤسسة الوطنية للكتاب — الجزائر 1983 ص 341 .

(14) فرانز فانون ، سوسيولوجية الثورة مترجمة ترجمة دوقان قرقوط دار
الطليعة 1970 ص 70 .

(15) كتبت (صدي الجزائر) في مدها المؤرخ 6 نوفمبر 54 ، تحقيقا صحفيا
تحت عنوان : «الغلاظة يؤججون خصوصيات مختلف القبائل» يثرون فيه
الضغائن والاحقاد بين المواطنين في منطقة الأوراس ، ويبحثون فيها
الحياة .

(16) وردت في النص الفرنسي كما يلي :

Terroristes, saboteurs brigands, fellagha, hors la loi,
Dernière Heure 9 Novembre 1954 (17)

(18) استكفى بمساهمة جريدة «الجزائر» في تعريف القراء بالمجاهد قرين
بلقاسم حيث كتبت في مدها الصادر يوم 6 نوفمبر ما يلي : (قرين
بلقاسم من الوافدين على السجون لقد اقام سلسلة من الاعتداءات
والاغتيالات فحكم عليه بالإعدام عدة مرات . ففي سنة 1951 تصدى
قوات الامن (....) فقد قام قرين وعصامته المدججة بالأسلحة بتوقيف
أحدى الحافلات وانزلوا سائقها عاشور لخضر . وخاطبه قرين قائلا :

«اننى قرين بلقاسم أحد قطاع الطرق المشهورين ، واننى اعرف انك
كنت في السيارة المقلّة لرجال الدرك الذين قنموا للاستنصاء والنحري
منى لاجل هذا حكمت عليك بالموت . وهم قرين بقتل عاشور لخضر لولا
تدخل والد هذا الآخر الذى كان ضمن ركاب الحافلة ففدى ولده بمائة
الف (100.000) فرنك فلخلى قرين سبيل الحافلة وسائقها .

(19) Journal d'Alger : le 4 Novembre 1954

(20) Bulletin de Paris : le 5 Novembre 1954

(21) Echo d'Alger : 13 et 30 Janvier 1912

(22) انظر الى المواد التى نشرت في 6 نوفمبر 54 ، حيث بدأ التريميز
على القبائل وعلى سكان مناطق محددة ومعينة من التراب الجزائرى .

(23) فرانز فانون : سوسيولوجية الثورة ، ترجمة دوقان قرقوط ، دار
الطليعة 1970 ص 70 .

من أين يأتى الخطر ؟

هل يأتى الخطر من الخطاب الاعلامى / الثقافى الاجنبى .
فقط ، الذى يقدم لنا حقائق ورموز غريبة عنا ، ويصقل أذواقنا
وسلوكتنا ويوجه طموحنا وانشغالنا وفق الواجهة التى يريدنا ؟
أم أن الخطر يكمن أيضا في الخطاب الاعلامى / الثقافى الوطنى .
الذى يسطّح الواقع في وعى الجمهور بلغة تغلب عليها نفمة
الانتصار والتبرير ؟

في اللقاءات العديدة التى جمعت قطاعات مهنية واجتماعية
واسعة ، حول الاصلاحات السياسية في بلادنا « وجهت نيران
النقد الى الاعلام الوطنى . ولم تشفع له الاعمال « الجليلة »
التي قدمها مؤخرا ، مثل : الحديث عن ارتفاع اسعار بعض
المواد الاستهلاكية ، وانخفاض القدرة الشرائية ، والحديث عن
نزاعات العمل ، والنقل المباشر لجلسات المجلس الوطنى
الشعبى .. الخ .

نعم ، لقد انتقد الاعلام الوطنى بشدة في هذه اللقاءات الى
درجة أن المشاركين في الندوة الجهوية المحضرة للمؤتمر
السادس لحزب جبهة التحرير الوطنى ، المنعقدة في باتنة ،
رفضوا السماح للمصاحفة الوطنية بالدخول الى قاعة الاجتماع
واتهموها بالخيانة ! ؟ (1) .

هذا النقد «الجراح» هل يكشف عن شكل صريح من القطيعة بين الاعلام الوطنى وجمهوره ، أم أنه يعبر عن رؤية متسترة ترى أن الاعلام هو المسؤول عن الاحداث الاليمة التى عرفتها الجزائر فى أكتوبر ؟ أم أنه ببساطة يعبر عن احساس بالمرارة وبـ «خيبة الامل» فى الاعلام الوطنى ، وكأن هذا الاعلام كان ضعيفا وواهنا أم أريد له أن يكون كذلك فى شهر أكتوبر الفائت فقط ؟

أمام تقوقع بعض قنوات التواصل وانسداد بعضها الآخر ، لم تستطع وسائل الاعلام أن تعوض هذه القنوات وأن تكون منبرا لكشف الحقيقة وتبادل الاراء • لذا ، جاءت أحداث أكتوبر الاليمة لتعطى اللثام عن واقع الاعلام الوطنى ، وتسقط عنه ورقة التوت • وتحفز ليعيد النظر بعض الشئ فى مضمون المادة الاعلامية وفى شكل تقديمها • وفجرت فيه المناقشة حول واقع المجتمع الجزائى ومستقبله ، وحول موقع وسائل الاعلام فى ظل هذا الواقع ■

ان النظرة الرزينة لاشكال تطوير الاعلام الوطنى ورفعته الى مستوى الاداة الفعالة لتجسيد الاصلاحات السياسية ، يجب أن تبتعد عن الفهم العدمى • الذى يرى أن كل قطاعات النشاط الوطنى سيئة ولا يمكن لقطاع الاعلام أن يشذ عنها ، لان مثل هذا الفهم يبرر « الرداة » الاعلامية ويشجعها على البقاء ، وتتفنى الجهود الصادقة التى ترفع مستوى المادة الاعلامية والثقافية •

ان النظرة الرزينة لمستقبل الاعلام الوطنى ، يجب أن تنطلق من الحاضر ، ومن الاجابة على الاسئلة التالية :

هل أن صحة الاعلام الوطنى قد توهنت فى أحداث أكتوبر 1988 فقط ، مما استدعى الحيرة والغضب عليه ، أم أن أعراض هذا الوهن قد لازمت هذا الاعلام منذ زمن بعيد ولم تجد الفرصة الملائمة لتعبر عن نفسها بمثل هذه القوة والعنفوان ؟ وما هى هذه الأعراض بالذات ؟

بين الكم والنوع :

الشئ الذى يلفت النظر أكثر فى واقع الاعلام هو تلك «المفارقة» بين حجم الاستثمارات التى بذلت والمجهودات التى قدمت من أجل توصيل الاعلام والثقافة الى كل المواطنين عبر كامل التراب الوطنى ، وبين نوعية المادة الاعلامية والثقافية المقدمة لهم • بالفعل ، لقد تم توسيع شبكة الارسال الاذاعى والتلفزيونى لتغطى معظم التراب الوطنى ، ووسعت دائرة توزيع الصحافة المكتوبة لتشمل 2457 مركزا للبيع سنة 1986 بعد أن كان عددها لا يتجاوز 750 مركزا سنة 1976 • وتعززت الصحافة الوطنية بصحف مسائية وبيع بعض المجالات المتخصصة ، لكن ، كل هذه المجهودات والتضحيات المعتبرة لم ترق المادة الاعلامية / الثقافية لتتق بال حاجة المتنوعة للمعرفة والاطلاع والاعلام والترفيه والتوجيه • وترتب عن هذا الوضع «التهافت» على الاعلام الاجنبى (مشاهدة القنوات التلفزيونية الاجنبية ، وقراءة الصحف الاجنبية) وقلة الاقبال على الاعلام

الوطني (بلغ عدد النسخ غير المباعة لاجدى الصحف اليومية نسبة 26.73٪ ، وترتفع هذه النسبة لتصل الى أكثر من 60٪ بالنسبة لبعض الدوريات !) (2) وحتى أن ما يقرأ أكثر في الصحافة الوطنية ، هو بريد القراء بالدرجة الاولى (3) وكأن القراء يريدون قراءة بعضهم ، والاطلاع على مشاكلهم واهتماماتهم التى انصرفت عنها وسائل الاعلام الوطنية .

لقد جرت العادة على تبرير هذا الوضع الذى يعيشه الاعلام الوطنى بالقول ، ان انعدام الدراسات والبحوث العلمية حول الجمهور ، مستواه الثقافى ، ذوقه ، عاداته في استهلاك الاعلام والثقافة . قد جعل المؤسسات الاعلامية تتحرك انطلاقا من تخميناتها وحدها فقط . دون أن تمتلك أدوات الحكم على هذا الحدس ومراجعتة وتصويبه .

ان انعدام البحوث الاعلامية في بلادنا ، والاستمرار في الاستغناء عنها ، لا يمكن أن يشفع للاعلام الوطنى بعض الممارسات التى أصبحت بمثابة خصائص تميز الاعلام الوطنى ، وتجرده من مصداقيته وتقلل من وزنه وتأثيره على الجمهور . من جملة الخصائص التى يجب الإشارة اليها بقوة ، هو ذلك التوجه السائد في المادة الاعلامية ، والذي يدفعها لتعيش حالة الطلاق مع الواقع الحياتى الذى يصنعه الناس . فالحياة الوطنية كما يعرف الجميع ، هى جملة من النشاط والحركة الدائمة التى تتقاطع فيها الصعوبات الاجتماعية والاقتصادية والانجازات ، والتى تلتقى فيها عدة وقائع وتفاصيل حياتية متشابكة ومتعارضة في بعض الاحيان : النجاح المدرسى والطرده من النظام التعليمى

للالتحاق بمناصب الشغل والتسريح من العمل ، زيادة الانتاج وتحسينه في بعض الوحدات الصناعية والزراعية وركوده أو انخفاضه في بعضها الاخر ، المناقشات الهادئة والمناقشات الصاخبة التى تتباين فيها الاراء حول قضية واحدة . كل هذه الحياة المترامية الاطراف والمعقدة والتى تحتاج الى التعريف بها وشرحها وتحليل نتائجها ورسم آفاق تطورها . تتحول في وسائل الاعلام الوطنية الى سلسلة من الزيارات الروتينية المتكررة التى يقوم بها المسؤولون ، أو سلسلة من الاجتماعات الرتيبة والمنتشابهة . والتى لا يجد فيها صناع هذه الحياة أنفسهم . بل يجدون فيها خطاب المشرف عن الاجتماع فقط . أما بقية الحاضرين والمساهمين في مثل هذه الاجتماعات ، فان وسائل الاعلام لا تظهرهم . وكأن لا هم لهم سوى الحضور فقط أو تكبير صوت المشرفين على الاجتماعات . وحتى وان ذكرتهم وأظهرتهم ، فانها تظهرهم رافعى الايادى بالموافقة أو للتصفيق فقط . واعتقد أن أول ضحايا مثل هذا العمل الصحفى ، هى المؤسسات الوطنية وعلى رأسها المجلس الوطنى الشعبى . ان خطورة هذه الممارسة الاعلامية ، لا تكمن في التقليل من مصداقية المؤسسات الوطنية ، ولا في افراغ الاحداث والوقائع الوطنية من محتواها فقط ، بل في تجسيد رؤية معينة للخبر الصحفى . ويصبح الخبر الصحفى في مؤسساتنا الاعلامية هو نقل الحدث الذى يكون وراءه مسؤول ، وما عدا ذلك لا يمكن أن يكون خبرا يستحق النشر أو البث .

« تحنيط » الخطاب الصحفي :

تعتبر المؤسسات الاعلامية الوطنية على ان تتطور الاجتماعى والاقتصادى من خلال سلسلة من الزيارات والاجتماعات والنشاطات البروتوكولية . وتجميده على الصعيد اللغوى من خلال بعض الصيغ والتعابير المستلهمة من البيانات والتصريحات الرسمية ، التى تثقل الاعلام الوطنى ببعض الاحكام المجترعة والمستهلكة . وتسقط الاختلاف والتنوع عن الاحداث والوقائع الوطنية ، وتجعلها شديدة التشابه . وذلك لان هذه الاحكام شديدة الحضور فى أية مادة اعلامية تعالج الحياة الداخلية للوطن . ومن هذه الاحكام يمكن أن نذكر على سبيل المثال : انجاز تاريخى عظيم ، أعمال بطولية ، مناقشات هامة حول قضايا هامة ، مناقشات تميزت بالواقعية والموضوعية ، قرارات هامة فى مستوى الحدث ، التزام الثورة بقضايا الشعب والوطن ، و . . هذه الاحكام الجاهزة والمتكررة تصدر النقد ، وتقفز على الاحداث والتفاصيل . والاكثر من هذا أنها تعكس ضمناً رؤية وسائل الاعلام الوطنية الى جمهورها . حيث تعتبره قاصر العقل ومشلول التفكير ، لا يستطيع وحده أن يحكم على الاحداث والوقائع . ولا تترك له الفرصة ليقوم بذلك ، بل تسبقه فى اصدار الاوصاف والاحكام . والادعى أنها ، لاتقدم تفاصيل الاحداث التى ألصقت بها هذه الاوصاف . ويمكن أن نستثنى بعض المؤسسات الاعلامية القليلة التى أرادت أن تشد عن هذه القاعدة وأن تتمرد على هذه اللغة المتخشبة . وبدأت تهدم جدران المنوعات والمحرمات فى الاعلام الجزائرى .

لكن هل استطاعت فعلاً القيام بمهمتها الاعلامية / التوجيهية دون السقوط فى الكتابة الاستعراضية المشبعة بالاشكال البدائية للآثارة ، ودون أن تدفع الجمهور ليحيد عن اهتماماته اليومية وانشغالاته الحقيقية ؟

ان الاحكام التجريدية الخالية من التحديد والضبط « تحنط » الاعلام بنعمة الانتصار والاكتفاء الذاتى . وتفرغ مضمون كل المجهودات الرامية الى دفع الاعلام الوطنى ليكون شكلاً من أشكال التواصل الحى مع الجمهور . وذلك ، لأنها تجعل المستهلك للمادة الاعلامية فى حالة الملتقى السلبي الذى لا يحفز حافز . لان كل شئ يسير على أحسن ما يرام ، وقد فعل ما يجب فعله . وهكذا ، تصبح المؤسسات الاعلامية « المنتج » الاساسى للانفصام بين الواقع الذى يعيشه الجمهور والواقع المرسوم فى صفحات الجرائد المكتوبة ولمصورة والناطقة .

أخذ التجريد أبعاداً مذهلة فى الخطاب الاعلامى الوطنى . فهل يعقل أن نتحدث عن الازمة الاقتصادية بدون تحديد وبدون ملموسية ، أى بدون أن نقدم حجم الديون وشروط تسديدها والمصادر المالية التى اقترضت منها . ثم ما هى هذه الازمة الاقتصادية التى توصف عن قصد بالعالمية ، وبدون ذكر التضخم وارتفاع الاسعار ، والبطالة ونقص الاستثمارات المنتجة ؟ التجريد لا يؤدى بالضرورة الى الاقتناع ، والدليل على ذلك أن بعض المؤسسات الاعلامية الوطنية أرادت أن تقيس فهم الجمهور لازمة الاقتصادية فى أفريل 1986 . فأعطت له الكلمة

وأدلى ببعض الآراء المتداخلة والمستقاة أساساً مما يراه ومما يقرأه ويسمعه ويشاهده في وسائل الإعلام . وأجاب بأن الازمة الاقتصادية هي النمو الديمغرافي المتزايد ، وانهايار سعر النفط وندرة المواد الاستهلاكية = لكن المؤسسات الاعلامية، لم تتكبد مشقة البحث عن أشكال اقناع الجمهور بنتائج الازمة وانعكاساتها على المجتمع . بل استجمعت كل قواها لتشكك الجمهور فيما يرى ويسمع . وتكرر القول بأن ندرة المواد الاستهلاكية ، هي حقيقة افتعلها الناس (بدون تحديد من هم!) من جراء جشعهم وتهافتهم على التخزين والتكديس ، وتوحي ضمناً بأن الازمة الاقتصادية هي نتيجة الكسل والانتكال و... وهكذا ، تنفلت الازمة الاقتصادية من تحديداتها العلمية ومن شروطها الموضوعية ، وتصبح في الخطاب الاعلامي الوطني نتيجة لبعض التصرفات الشاذة ؟!

هذه الحقائق تفتتح المجال واسعاً لانسحاب الاعلام الوطني من بعض الساحات تاركا المجال للاعلام الاجنبي الذي يكتب عنها من وجهة نظره (طبعا ، هذا من حقه) . وبعدها يحاول الاعلام الوطني الالتحاق . ويجهد نفسه لاثبات احدي البديهيات الراسخة ، وهي أن الاعلام الاجنبي متحيز و « يغرق » في تفنيد ما قيل وما كتب عنا . هكذا ، عوضاً أن يكون في الموقع المتقدم ، يخاطب الجمهور بالحقائق والادلة القاطعة قصد التوضيح والتفسير والاقناع يتقهقر الاعلام الوطني في عقر داره الى الموقع المقتدر .

صعوبة الوصول الى مصدر الخبر أو الشجرة التي تخفى الغابة :

كلما طرح موضوع الاعلام الوطني على بساط البحث والمناقشة ، ترتفع الاصوات المشخصة للصعوبات والعراقيل التي تواجه الصحافي الجزائري في سعيه للوصول الى مصدر الخبر . وهذا ما يثبت الرأي القائل أن من لا يعلم لا يستطيع أن يعلم الجمهور . لكن ، اذا أردنا ألا نجعل من صعوبة الوصول الى مصدر الخبر الشجرة التي تخفى الغابة نقول انها وجه واحد من مسألة متعددة الوجة . وذلك لانها تعجز عن كشف سر عدم نشر الاعلام الموثوق والمسؤول . فكم هو عدد الصحافيين الذين كفوا بانجاز عمل صحفي حول موضوع معين ووصلوا الى مصدر الخبر وقدموا مادة اعلامية موثوقة وموثقة، لكن ، في آخر دقيقة ، لا تظهر على صفحات الجرائد المكتوبة ، وفي الجرائد الناطقة والمصورة . لقد وصفنا مثل هذه الممارسة بالرقابة . واما لم تكن كذلك فكيف نسمى الامتناع عن عرض الشرائط التلفزيونية في الشاشة الصغيرة مثل : « رحلة في عالم الاستهلاك » و « تبذير مواد البناء » و « التزوير الجبائي » (4) ؟ وكيف نفسر الغياب المفاجيء لبرنامج « منبر العمال » التلفزيوني في عز الازمة الاقتصادية وفي ظل التعغيرات التي هزت المؤسسات الاقتصادية الوطنية : اغادة هيكلة ، واستقلال مالي ... ان نشر الرقابة لا يمكن في اهدار الوقت والامكانيات ، ولا في استيراد سلعة ثقافية واعلامية اجنبية بدل تلك الوطنية التي حجزت فقط ، بل يكمن في غرس روح

« الاحباط » لدى الطاقات الوطنية المنتجة للاعلام والثقافة
وفي دفعها لتعيش حالة الانشطار في شخصيتها . بين ما تقدمه
للجمهور وبين وما تؤمن به .

لما يغيب العمل الجماعى في الممارسة الاعلامية :

كل الحقائق التاريخية تؤكد أن العمل الاعلامى هو عمل
جماعى . ونعتقد أن الجماعية في العمل قد تجسدت في الشكل
فقط في المؤسسات الاعلامية الوطنية . أما في المحتوى ، فلم
تصل لتكون في مستوى قاعدة عمل تنبض بالحيوية والابداع .
وتدفع المؤسسات الاعلامية نحو التطور وتحسين انتاجها .
فما هي المؤسسات الاعلامية الوطنية التى تملك برنامج عمل
واضح الاهداف ؟ وكما هو عدد الصحافيين الذين يناقشون
المواضيع والمحتويات الاعلامية وأشكال التعبير الصحفى
الملائمة ؟

وكما هو عدد الصحافيين الذين يقدمون انتقاداتهم
وملاحظاتهم لتقديم مادة اعلامية أفضل وأنجع . أمام انعدام
« الحياة الحرة » داخل المؤسسات الاعلامية ، تظهر الصحف
المكتوبة والناطق والمصورة كأنها قائمة على جهد بعض الاشخاص
فقط . وتقلصت رقعة تدخل الصحافيين الى حد الشعور بحالة
« التقاعد قبل الاوان » أو تنفيذ بعض التعليمات في الكتابة
والتحريير وكان الكثير ينتظر قانون الاعلام للخروج من هذا
الوضع . لكن صدره في 6 فيفري 1982 لم يغير الشئ الكثير،
مع الاسف . بل كبت الانتاج الصحفى ببؤسه الردعية وبإغفاله

لمساهمة الصحافيين الجماعية في تسيير المؤسسات الاعلامية ،
ولمشاركتهم الحية في اثناء السياسة الاعلامية والثقافية فى
الواقع العملى . وكان لهذا الوضع التأثير السلبى على شخصية
المؤسسات الاعلامية (ظهور أركان صحفية واختفاءها بشكل
مفاجىء ..) وعلى تطور العمل الصحفى . وهكذا أصبح
انصحافى أقرب الى الموظف من المبدع ، وتاه في طريقه المهني،
فتارة يظهر كـ « الخطيب » الذى ينهكه الحماس ، وطور كـ
« الواعظ » الداعى جهرا الى الصراط الذى يظن أنه الرشيد .
ويتم كل هذا في الغالب ، على حساب البحث والتحرى لتقديم
المادة الاعلامية الحية والصادقة .

ان استمرار هذا الوضع ، سيقف حجرة عثرة أمام
الجهود الخالصة ، التى تسعى لتوجيه الطاقات الشبانية التى
التحقت بوسائل الاعلام في السنين التالية الماضية توجيهها
للتخصص ولتقديم عمل صحفى أكثر عمقا . يتلاءم مع تطور
مستوى فهم الجمهور للاحداث والظواهر ، ومستواه الثقافى
والمعرفى .

من أين يأتى الخطر ؟

أعتقد أن المناقشات حول الاعلام الوطنى ، والنقد
« اللاذع » الذى تعرضت له المؤسسات الاعلامية الوطنية ،
قد طرحا بكل حدة السؤال التالى : « من أين يأتى الخطر ؟ »
فالكل يعلم أن الخطاب الاعلامى / الثقافى الوطنى لا يوجد
وحده في الساحة . بل يوجد بشكل مترامن مع الخطاب

الاعلامى / الثقافى الاجنبى ، الذى ينافس به بكل ضراوة . وفى بعض الاحيان يطمسه كليا . فالمشاهد الجزائري يشاهد المادة الثقافية الاعلامية الاجنبية فى التلفزيون الجزائري أكثر من الانتاج الوطنى (حوالى 60 ٪) . ويتعرض لتأثيرات القنوات التلفزيونية الاجنبية طيلة نصف سنة كاملة (من شهر أفريل الى غاية أكتوبر) . * * وهذه القنوات هى : المحطات التلفزيونية الايطالية الخاصة ، ومحطات التلفزيون الايطالى « راي » والمحطات الاسبانية التالية : ت. ف. 1 ، 2 ، 3 .

والمحطات التلفزيونية الفرنسية : ت. ف. 1 ، TF1 وأنتن 2 — Antenne 2 — وأف . أر 3 — FR 3 كل هذا ، دون ذكر الفيلم الاجنبى والامريكى على وجه التحديد ، والذى شهده حوالى 1904160000 مشاهدا خلال سنة 1988 . ناهيك ، عن الاستماع الى الاذاعات الاجنبية التى تتنافس بكل ضراوة للحصول على ثقة المستمع الجزائري .

هذا المد الثقافى / الاعلامى الذى يتعرض له الشعب الجزائري يؤكد حقيقة ثابتة وهى أن كياننا الاجتماعى والثقافى ، وشكل ادراكنا لواقعنا الحياتى والتاريخى مهددان . وتزداد حدة التهديد أكثر كلما عجز الخطاب الثقافى / الاعلامى عن تقديم الواقع الوطنى بكل ثرائه وتنوعه ، وانجر نحو التعبير والتسطيح والامتثال وأصبح في موقع يدفع الجمهور الى « احضان » الخطاب الاخر ، وينسيه أنه محتضن .

* هذا قبل ان تعرض الجزائر للبث التلفزيونى المباشر واستهلاكها للبرامج الاجنبية ، خاصة الفرنسية منها .

أمام هذا الوضع المعقد ، هل يمكن التوقف للبحث عن أشكال النهوض بالاعلام الوطنى ؟ وهل يمكن التوقف قليلا عن تبرير الوضع القائم فى المؤسسات الاعلامية من خلال سرد التفاصيل الطويلة المتعلقة بنقص الامكانيات التقنية ؟ لان مثل هذا التبرير يخمد أنفاس كل مناقشة جادة حول تطوير وسائل الاعلام الوطنية فى ظل الامكانيات التى تملكها .

هل يمكن مواجهة هذا الواقع الاعلامى بكل تفاصيله ومفارقاته ؟ أم أن الوقت ملائم للاستراحة من مشقة البحث والتحليل ، ومناسب للقفز على هذا الواقع من خلال الهروب الى الامام ، والمطالبة بفتح قنوات اذاعية وتلفزيونية جديدة ، وادخال تلفزيون كابلى و . . و . .

اذا كان الاجماع الوطنى قد تحقق من أجل تغيير الممارسة السياسية فى بلادنا ، فالضرورة تقتضى امتداد التغيير ليشمل الممارسة الاعلامية ، حتى لا تتحول الى كابحة للاولى . فهل يمكن أن نأمل القضاء على التناقض الكامن فى المؤسسات الاعلامية بين طبيعة ملكيتها ، ومحتوى انتاجها ؟

الهوامش :

- (1) انظر جريدة الشعب الصادرة فى 13 نوفمبر 1988 .
- (2) مجلة الثقافة عدد : سبتمبر — أكتوبر 1985 .
- (3) «الجزائر الاحداث» عدد : 1011 — 28 فيفري / مارس 1985 .
- (4) جريدة آفاق الصادرة فى 3 / نوفمبر 1988 .

استخدام الانواع الصحفية في وسائل الاعلام الجزائرية

يصطدم كل باحث في وسائل الاعلام الجزائرية ، بصعوبة تصنيف مادتها الاعلامية الى أنواع صحفية ، وهذا لتداخلها والخلط الواضح في استخدامها . فالمنتسب للمادة الاعلامية المتلفزة، على سبيل المثال، يرى بكل وضوح أن التعليق الصحفى أصبح يطلق على كل المواد الاعلامية بدون استثناء . فحتى الاخبار الصحفية القصيرة أو الموجزة يطلق عليها اسم تعليق صحفى . علما أنه كان يطلق على نفس المواد الاعلامية المتلفزة اسم تقارير صحفية ، في الاشهر القليلة الماضية ! ؟

نفس الخلط نلاحظه بين التحقيق والريورتاج، وبين هذا الاخير والتقرير الصحفى . ان الضرر في هذا الخلط الواضح لا يقف عند حد استبدال اسم نوع صحفى باسم آخر . بل يتعداه الى محاولة «تحجيم» القدرة الاخبارية والاقناعية والتأثيرية لهذه الانواع في الممارسة، وبالتالي المساس بنشاط الوسيلة الاعلامية ككل .

الانواع الصحفية لم تظهر في الوسيلة الاعلامية من أجل تنويع انتاجها وتجميله . بقدر ما ظهرت من أجل أداء مجموعة من الادوار والوظائف المتميزة والمتكاملة، والتي لا تنفصل عن الوظيفة العامة للوسيلة الاعلامية .

ما تسميه نظرية الانواع الصحفية بالتقرير الصحفى، الذى يتميز بالحضور الفعلى والفعال للصحافى، ليروى ما جرى ويحكى كيفية حدوثه بشكل يؤثر في الجمهور . نجده في وسائل الاعلام الجزائرية، عبارة عن «قصة» اخبارية خالية من التفاصيل والجزئيات المرتبطة بالحدث وبالمنطقة وبالوقت الذى جرى فيه الحدث . هكذا يسقط الاختلاف والتنوع بين الاحداث التى تكون في الغالب مواضيع التقارير الصحفية = (زيارات، اجتماعات مؤتمرات ...) فبالرغم من أننا نرى الصحافى في عين المكان في الشاشة الصغيرة . أو نقرأ اسمه كمراسل في الصحيفة فلا يقدم في تقريره الصحفى أكثر مما يقدمه الخبر الصحفى ! ؟

يطغى نوع واحد من المقدمات في معظم الاخبار التى تقدمها وسائل الاعلام الوطنية، خاصة المتلفزة . انه النوع الذى تنصهر فيه جميع العناصر الاخبارية دون أن يكون في الغالب مبرر لذلك، والمعروف أن هذه المقدمات هو مساوتها للعناصر الاخبارية من خلال طمسها أو تركها في آخر الخبر (آخر الجسم) . مثلا : «فلسطين التاريخ، فلسطين الوطن . بين الوطن والتاريخ تمتد التضحيات، ويتجدد الامل في الانتصار، ويتصلب نضال الشعب الفلسطينى البطل من أجل تحقيق ... و ... » فمثل هذه المقدمات تغفل الانى والجديد الذى يتحرك في القضية ، والذي تتسابق وسائل الاعلام من أجله، بل بعضها يعتمد عليه ليجعل منه مادة للاستعراض — خاصة الجرائد المتلفزة . نعتقد أن مثل هذه المقدمات صالحة لكل زمان ولكل مكان 0 تهمش الحدث البارز في القضية، ولا تلتصق بالحدث الذى أنتجها . نفس

الشيء يقال عن ذات المقدمة الطويلة التي تستهل الخبر بـ :
« في اطار كذا وكذا، وتطبيقا لكذا وكذا، وتماشيا مع كذا وكذا،
افتتح اليوم، أو احتضن اليوم... »

ولعل بعضكم، شاهد ضعف النقاش الذي تنظمه حصة « لقاء
الصحافة » المتلفزة = الضعف الذي يعكس بهذا القدر أو ذاك
سوء فهم احدى الانواع الصحفية الهامة والصعبة — الحديث
أو المقابلة الصحفية — وعدم ادراك دوره وهدفه .

هذه القرائن أو الشواهد التي تبين بهذا الشكل أو ذاك
الخلط الواضح بين الانواع الصحفية، وضعف توظيفها بشكل
خلاق ومبدع في وسائل الاعلام الجرائرية = تقودنا الى طرح
التساؤلات التالية :

هل هذا يعود الى الصحافي وحده الذي عجز عن تسويق
الانواع الصحفية بشكل مبدع، نتيجة عدم معرفته للخصائص التي
تميزها عن بعضها، وعدم ادراك الادوار التي يقوم بها كل نوع
صحفي منفردا أو بالتعاون مع بقية الانواع ؟ أو أن الامر يتعدى
طاقة الصحافي وكفاءته ويمتد الى السياق السياسى والثقافى
والاعلامى الذى نشط فيه وسائل الاعلام وما أفرزه من
تشريعات وطرق تنظيمية للعمل الصحفى ؟ أو أن الخلط يكمن
أصلا في الانواع الصحفية ذاتها . والتي لم يرتق التفكير فيها
ليثبت بعض الخصائص التي تميز بين الانواع، بنفس السهولة
التي يمكن بها أن نميز اليوم بين الانواع الادبية والابداعية
الآخري (قصة، رواية، شعر، ...).

قبل الاجابة على هذه الاسئلة ، يجب أن نتوقف قليلا عند
تعريف الانواع الصحفية .

صعوبة التعريف: يجب الاعتراف مسبقا بصعوبة تعريف
الانواع الصحفية، وذلك للاعتبارات التالية :

أ — يرى البعض أن الصحافة نشاط حرفي يخضع لتراكمات
الممارسة فقط . لا تملك ضوابط نظرية . ويرفضون وجود نظرية
خاصة بالانواع الصحفية . ويعبرون عنها بصفة عملية عامة
وهي: « الكتابة الصحفية » . ويرون تطور الانواع الصحفية
بنفس نظرتهم لتطور الطبخ حيث: « يجب أن ننوع الاكل حتى
نقيم الطبخ » (1).

ب — لم يزل المجهود النظرى حول منشأ وتطور الانواع
الصحفية في طور الصياغة رغم أنه استطاع خلال حقبة تاريخية
أن يحدد بعض المتغيرات المتحركة في اختلاف وتمايز الانواع
الصحفية وهي: الابعاء المتزايدة التي وجب على وسائل الاعلام
القيام بها . والتي تمتد من الاخبار الى الشرح والتفسير والتقييم
والاقناع والتأثير = اضافة الى تعقد الحياة الاجتماعية والثقافية
التي أصبحت تحتاج الى قدر كبير من الجهد لتحليلها وتفسيرها .
هذا علاوة على حاجة الجمهور المتزايدة للمعرفة والاطلاع
والفهم والتوجيه .

اذن، على ضوء الخبرة الانسانية في المجال الصحفى، وعلى
ضوء المجهودات الفكرية التي نظرت للانواع الصحفية تعرف
هذه الاخيرة بأنها :

ج - اشكال (أو صيغ) تعبيرية لها بنية داخلية متماسكة ،
ولها طابع الثبات والاستمرارية • تعكس الواقع بشكل مباشر
وواضح وسهل، وتسعى الى تقديم وتحليل وتفسير الاحداث
والظواهر والتطورات هادفة بذلك ايصال رسالة محددة لقارئه
موجهة الى ذهنه ومشاعره، بقصد ايجاد وترسيخ قناعة محددة
لديه، ومن ثم تمكينه من أن يفهم الواقع على ضوء هذه القناعة،
وبالتالى دفعه لان يسلك فى المجتمع سلوكا يتوافق مع هذه
القناعة • (2)

بعد هذه التوضيحات الاولى حول الانواع الصحفية، نحاول
أن نقدم عناصر للإجابة على الاسئلة المطروحة آنفا • لانها فى
الحقيقة تشكل مادة للبحث العميق، حتى تضبط بشكل دقيق،
وتملك قوة الحقيقة العلمية • وقد ارتأينا أن نقدم هذه العناصر
وفق مستويين وهما :

المستوى الاول: وهو المتعلق بالجوانب النظرية للانواع الصحفية

- تعاني الانواع الصحفية من صعوبة التحديد والضبط
بدرجة أكبر من الانواع الادبية والفنية • لان هذه الاخيرة
قطعت شوطا كبيرا فى البحث (تحديد المنشأ والبنية، والتطور)
ونالت قسما وافرا من الدراسة المحددة لخصائصها وسماتها،
وقد ساعدها فى ذلك الانتاج و «الاستهلاك» المستقل لكل نوع،
وعلى الرغم من كل هذا لا زال حذر الباحثين قائما من اللجوء

الى تحديد خصائص الانواع الادبية انطلاقا من التسمية التى
تطلق على النوع الادبى :

«... يجب أن يكون لمفهوم النوع دورا فى نظرية اللغة
الادبية • لا نستطيع أن نحدده على أساس التسمية وحدها ،
فبعض الانواع لم تتلق أى اسم لحد الان ، وبعض الانواع
اختلفت أو انضوت تحت اسم واحد رغم الاختلاف فى
الخصائص •» (3)

لا يجب أن يفهم من هذا أن الانتاج الصحفى لا يخضع
لمعايير تميزه عن بعضه من ناحية محتواه ، وطريقة عرضه ،
والغرض من عرضه أو تقديمه • ان خبرة البشرية فى ممارسة
الصحافة قد برهنت بشكل يصعب دحضه على أن الصحافة قد
وصلت الى تثبيت بعض الخصائص والقواعد المشتركة لنوع
معين من الخطاب الصحفى • فما هو النوع الصحفى اذا لم يكن،
قبل كل شئ ، تراكما للكتابة التى تحافظ وتكرس / تعيد انتاج /
بعض السمات والخصائص • (4) ان ما سبق عرضه، يحفز
البحث من أجل رفع اللبس عن بعض الانواع الصحفية، خاصة
تلك التى تعددت أسماؤها •

- يؤكد المنظرون على أن تاريخ الصحافة (يقصد بها الصحافة
المكتوبة والمسموعة، والرئية) هو جزء من تاريخ مجتمع معين •
وأن الانواع الصحفية التى تظهر بها هذه الصحافة هى عنصر
من بين العناصر الثقافية والفنية والابداعية التى ينتجها هذا
المجتمع، ويترك عليها بصماته • وأعتقد أنه يمكن من هذه الزاوية

أن نفس سبب عدم «تأصل» «الصورة الصحفية» كنوع صحفى فى الصحافة العربية • والتى يفسرها الباحث محمد عزيزة فى كتابه «المسرح والاسلام» باعتبار دينى، ذلك لانه يرى أن الاسلام يحرم التشخيص • وفى هذا السياق يمكن القول أنه رغم عراقة التراث الاسلامى المكتسوب الا أن الصحافة لم تتفصل عن الادب الا فى فترة متأخرة • فالخبر الصحفى استمر يصدر فى الصحافة فى شكل نظم * الى غاية 1909 • ولا يمكن أن نفهم من هذا أبدا قصور اللسان العربى فى مجال الاعلام • بل يجب أن نستنتج منه الصعوبة التى واجهتها الصحافة العربية وهى تشق طريقها من أجل تثبيت أسلوبها •

فالموقت الذى استغرقته الانواع الصحفية غير التعبيرية (المقصود بها الانواع الاخبارية والفكرية) فى انفصالها عن الادب لم يتحقق بسرعة بل امتد الى وقت حديث نسبيا • فافتتاحية جريدة (لسال الحال) الصادرة فى بيروت قبل مائة سنة ، كانت مسجوعة • والجريدة الرسمية المصرية التى كانت تصدر تحت اسم (الوقائع المصرية) كان السجع طابعها أيضا = (5)

* احسن مثال على هذا النظم يقدمه الاستاذ سعيد الانفانى فى بحثه المعنون: الخبر الاعلامى - مجلة الاعلام العربى عدد ديسمبر 1983 - حيث يذكر أن جريدة امين ناصر الشامية كتبت عن حرب البوير ، وعن موت ملكة انجلترا تكتوريا ، وعن معارضة النواب لتولى ابنها المجلس النيابى كما يقضى الادب الرسمى ما يلى :

جرى فى مجلس النواب شيء يدل على التعصب فى الامور
فان رئيسه اسدى مديحا الى تكتوريا ذات السرير
فحزب الراد بكال استاء منه واصبح فى غيظ كبير
فصارخوا كلهم غيظا وحفا (ليخى مظفرا شعب «البوير» •

— أعتقد أن من الصعوبة أن ندحض تأثير الصحافة الفرنسية على وسائل الاعلام الجزائرية، فى ميدان الانواع الصحفية بصورة خاصة • ويمكن أن نكتشف بسهولة المفارقة التى تحملها الممارسة الصحفية «الفرنسية» فرغم مساهمة آميل زولا ، والكتاب الذين ساهموا فى تحرير مجلة «نوفال ليقترار» : جون كوكتو، وجورج جيراد، وأندرى موروا فى وضع أسس «الروبورتاج الصحفى» كنوع متميز ومستقل • الا أننا نلاحظ الخلط الغريب فى بعض الانواع، خاصة الروبورتاج، لدى بعض أساتذة الصحافة فى فرنسا • ففليب غيير على سبيل المثال لا يميز فى كتابه «تقنيات الصحافة» بين التحقيق والروبورتاج • وبين هذا الاخير والتقرير الصحفى • حيث يعرف الروبورتاج بأنه :

(« تغطية لمرافعة قضائية » ، أو « معنى الروبورتاج، بعيدا عن اشتقاق الكلمة لغويا، هو البحث النشط والمباشر فى تناول الانباء • يتم ذلك بطرق مختلفة اذا كان الحدث مرتقبا أو مفاجئا » (6)

ونعتقد أن هذا التأثير يدخل حتى فى تنظيم العمل وفى تسمية اقسام التحرير فى المؤسسات الاعلامية • فأصبح قسم — الروبورتاج مثلا : هو القسم الذى ينتقل صحفيوه لنقل الحديث أو تغطيته بغض النظر عن الشكل الذى يبرز فيه الانتاج الصحفى : خبر ، تقرير ، روبورتاج ، تحقيق » •

وإذا كان من الممكن أن نقدم بعض العناصر للمساهمة في معالجة المفارقة المطروحة أعلاه . نستطيع القول أنها ناجمة عن رسوخ النظرة التي تقرر أن الصحافة هي نشاط حرفي . وهذه النظرة تسد المنافذ أمام محاولة التنظير للعمل الصحفي وتصنيفه الى أنواع انطلاقا من اعتبارات نظرية تتعلق بدوره وهدفه، وأيضا انطلاقا من الخصائص البنيوية التي تميزه . وهكذا لجأ البعض الى تصنيف الأنواع الصحفية بالاستناد الى الطرق العملية لانجازها، أكثر من الاعتماد على الاعتبارات التي ذكرناها . وهذا ما يتضح من خلال دراسة كتاب : « قراءة الجريدة » (7) والذي صنف الأنواع الصحفية الى خمسة أصناف وهي : - الصنف الذي تتم فيه معالجة الاعلام ويقصد به تلك المواد الأكثر تكتيفا وذات الطابع الاخباري البحت مثل تلك التي تحرر انطلاقا من برقيات وكالات الانباء) . - وصنف التقرير الذي تحكى فيه الاشياء المرئية والمسموعة . - وصنف الدراسات الذي يكمل «الاعلام الخام» بالشرح - وصنف الحديث (يقصد به القول) والذي يمحى فيه الصحافي ليعترك الكلام للآخرين . - وصنف التعليقات الذي يتدخل فيه الصحافي بأفكاره الشخصية التي تلزم الجريدة .

المستوى الثاني وهو المتعلق بالممارسة الاعلامية في الجزائر

تعيد المؤسسات الاعلامية الوطنية انتاج حوالي 70 بالمائة (8) مما تستلمه من شريط وكالة الانباء الجزائرية) وهذا معناه انحصار مجال النشاط الصحفي في ما هو مكتبي ، وتقليص القوالب الصحفية الثرية ، أي ، اختصار اتساع العمل الصحفي الابداعي في تركيب البرقيات الصحفية وترجمتها مع زيادة بعض الكلمات أو حذفها .

وحتى وان انتقل الصحافي الى مكان الحدث تبقى وكالة الانباء هي المرجع الاساسي دائما ، ونحن نعرف أن الوكالة تركز أكثر على نوع صحفي واحد : الخبر ، اضافة الى أن انتاجها منمط وفق شخصيتها وفق الاستعمال المتعدد من طرف مختلف الوسائل الاعلامية . فما تقدمه الوكالة يعد دائما « مادة خام » بحاجة دائما للمعالجة الثرية والمتعددة بقوالب صحفية متنوعة .

- يعاني الصحافيون من نقص التخصص والتكوين . فالأقلية منهم التي نالت تكوينا في مدرسة الصحافة أو معهد العلوم السياسية والاعلام ، أو معهد العلوم الاعلامية (حوالي 30 بالمائة من مجمل الصحافيين) ، تدرك جيدا أن معارفها حول الأنواع

الصحفية محدودة بحكم قلة الوقت المخصص لدراسة الانواع الصحفية (أربع ساعات في الاسبوع خلال ثلاثة سداسيات فقط) وأيضا ، وبحكم انعدام أبسط الامكانيات لتطبيق المعارف النظرية (عدم وجود جريدة « عدم وجود استديو اذاعى أو تلفزيونى) • أما بقية الصحفيين فلم تتل تكويننا متخصص فى الصحافة ، ويوجد فيهم من التحق بالمهنة انطلاقا من سياسة توظيفية غامضة أو لنقل بدون سياسة أصلا • وهكذا تدرجت المهنة من السيطرة على المضمون والشكل لتصبح فى نظر البعض التحكم البسيط فى اللغة (عربية أو فرنسية) وإعادة إنتاج أنماط مقولبة • هذا إضافة ، لانعدام التربصات المهنية التى تؤكد بشكل حاسم أن نجاعة العمل الصحفى تتوقف الى حد بعيد على امتلاك تصور نظرى حول ماذا نكتب ؟ وبأى قالب نكتب ؟ ولـمن نكتب ؟ ومن أجل أى غرض ؟ فالمؤسسة الاعلامية الجزائرية لم تجعل من رفع مستوى تكوين الصحافى هاجسها ، والهيئات الوصية لم تولى أهمية لتكوين و «رسكلة» الصحفيين • أما قيادات اتحاد الصحفيين فانها تجاهلت هذا المحور الاساسى المرتبط بفاعلية الممارسة الصحفية •

— نعتقد أن الصحفيين لا يشاركون فعليا وبشكل حرفى تحديد فهرس مختلف الجرائد (المطبوعة ، والمذاعة ، والمنشورة) وفى مناقشة كيفية تقديم المادة الاعلامية فالنسبة الكبيرة من المواضيع تفرض على قاعة التحرير من خارجها • اننا نقصد بالمشاركة عمليا ، هو دفع الصحفيين الى التساؤل على المستوى الفردى أو الجماعى (فى لقاء الاركاز الصحفية ، أو فى لقاء فرق

العمل ، أو هيئة التحرير) حول : لماذا اختير هذا الموضوع ؟ ما هو الغرض من اختياره ؟ هل يجب تفسيره ؟ والبرهان عليه ؟ ما هى الحجج التى يجب استخدامها • ما هى الحجج المضادة الكائنة فى ذهن الجمهور الذى نوجه اليه المادة الاعلامية ؟ الاجابة على هذه الاسئلة تساهم فى رفع فاعلية الصحافة • وفى تحديد القالب الصحفى : فاذا كان المقصود اخبار الجمهور فهنا يجب تقديم خبرا أو تقرير صحفى وفق مواصفات نظرية محددة • واذا كان المقصود إبراز رأى أو وجهة نظر ، فهنا يجب استخدام المقال ، واذا كان المطلوب التفسير والتحليل والتقويم فهنا يجب استخدام تحقيقا صحفيا • كل هذه الامثلة تنبها الى أن هناك أنواع صحفية أقدر على القيام بأدوار لا تستطيع أن تقوم بها غيرها • وأن هناك أنواع تستطيع أن تحتوى على هذا المضمون دون غيرها •

— تواجه الممارسة الصحفية الاعلامية الجزائرية مجموعة من الصعوبات ، نذكر منها الحواجز التى تقف فى طريق لقاء الصحافى مباشرة مع الواقع (يعبر عنها المهنيون بصعوبة الوصول الى مصدر الخبر) أو فى طريق لقاءه غير المباشر مع الواقع (نقص الارشيف الصحفى والتوثيق) الذى يمكن الصحافى من تقديم مادة اعلامية موثوقة وموثقة ، الشئ الذى أدى الى ظهور تعاليق صحفية يغلب عليها الاجترار والتسطيح بدون توضيح (الشئ/الحدث) الذى تعلق عنه • والى تكرار مقالات صحفية فى عدة طباعات متتالية • وما رسخ هذا الواقع هو المراقبة المزدوجة التى تمارس على الصحافى (رقابة ظاهرة وعامة (9)،

ورقابة ذاتية مستترة) * التى تعززت بفعل المواقف الامرة والتبريرية لوسائل الاعلام التى أسقطت التمايز بين الخطاب الصحفى والخطاب السياسى ومحت الاختلاف بينهما .

هكذا عجزت وسائل الاعلام عن عكس الواقع الوطنى بكل عمقه وثرائه وتنوعه ، وتقلصت الطاقات الاخبارية والتعبيرية والافئاعية والتأثيرية . وبهذا التقلص غابت المجادلة ، والمناظرة ، والمحاجة ، والنقد ، والتفاصيل الاخبارية الانية فى وسائل الاعلام الجزائرية .

— لم يتم التفكير الجدى والعملى فى كيفية تثبيت مبدأ المنظومة الاعلامية بين مختلف وسائل الاعلام، فاذا كانت وسائل الاعلام المتعددة تقدم نفس المادة الاعلامية لجمهور واحد، يحوم الشك حول جوهر تعددها أو تنوعها ، فما هو الفرق والتنوع بين موجز الانباء الذى تقدمه التلفزة الوطنية يوميا على الساعة السادسة — المفروض أن يكون مصورا — وبقية موجز الانباء المذاعة فى نفس اليوم ؟ ما هو الفرق بين الاخبار الصحفية فى انجرائد اليومية الصباحية والمسائية ، خاصة تلك التى فقدت « طراوتها وآنيته » ؟

* ان الحديث عن الرقابة صعب وشائك ، والسبب لا يعود اصلا لعدم وجود هيئة رسمية تشرف على الرقابة ، بل يرجع الى أن الرقابة لا تمثل فى شكل واحد ووحيد ويتجسد فى منع نشر أو بث أو تقديم هذه المادة الاعلامية أو تلك أو بترها . انها تأخذ اشكال متسدة دون أن تتحرك بصماتها ، فمنع الاميازات المهنية والاجتماعية والترقيات السريعة بدون حق، وحتى « هضم » الحقوق بدون حق هى صيغ متنوعة للرقابة .

من هذه التساؤلات تتحدد مجالات تدخل كل وسيلة اعلامية ضمن المنظومة الاعلامية وفق سياقها (سياق متكامل أو متعارض) وهذا لتجنب التكرار القاتل للمادة الاعلامية من جهة، ومن جهة أخرى لتجسيد شخصية الوسيلة الاعلامية أكثر وتثبيت المبدأ القائل أن الموضوع الواحد يمكن أن يكون مادة لعدة أنواع صحفية ان تحديد النوع جزء من صلاحية الوسيلة الاعلامية وميزة بارزة فى شخصيتها ، ويكون وليد نظرة متبصرة لعدة عوامل : الوقت المخصص لانجازه ، الظرف الذى ينشر أو يبيث أو يقدم فيه ، ديناميكية تطور الجمهور اجتماعيا وثقافيا، الغاية التى تنشدها الصحافة ، الطاقة البشرية العاملة فى الوسيلة الاعلامية .

— تكشف الممارسة الاعلامية فى الجزائر على نوع من الترفع عن كتابة بعض الانواع التى يعتقد أنها « صغيرة » ، وتتطلب الانتقال الى المكان الذى جرى فيه الحدث ، مثل : الخبر والتقارير الصحفية . ويظن ان هذه الانواع بالذات هى من اختصاص الصحافيين المبتدئين . أما بقية الصحافيين فلا « يجوز » أن يتنازلوا وينزلوا الى الميدان والى العراك اليومى ليتلقفوا الاحداث والوقائع . وهكذا ظهر تقسيم واضح للعمل ، وأصبحت الانواع الصحفية « الكبرى » التى تحتاج الى التنظير وليدة الاعتكاف فى المكاتب والانزواء للتأمل . ان هذه الحقيقة تكشف عن جهل احدى المبادئ الاساسية فى المهنة . والمتمثلة فى أن « الجرى » وراء الاخبار الانية مطلب اساسى لضمان « قوت » وسائل الاعلام اليومى . كما أن الخبر الصحفى سيظل الحجر

الاساسى لجل الانواع الصحفية والمنطلق فى الكتابة الصحفية
فأى استعلاء عن هذا النوع الصحفى، هو استعلاء على التفاصيل
اليومية المتناثرة التى تعطى للحملة للانواع الصحفية الاخرى .
ان التهرب من اعباء الانواع الصحفية الاخبارية ، والتوجه
للانواع الصحفية «الفكرية» لم يلقى سنده فى الخطاب السياسى
وذلك لان هذا الاخير لم يكن واضحا دائما واختفت فيه بعض
الجوانب التى تحتاج للتحديد والتعين . فجاءت الكتابة الصحفية
مشبعة بقدر وافر من التجريد والتعميم وعدم الملموسية وكثرة
الاحكام . هكذا ندرت الحجج والحقائق والبراهين فى بعض
الانواع الصحفية التى تتطلب ذلك .

— تحددت ملامح التوزيع الضمنى للمهام بين الوسائل
الاعلامية ، نتيجة للتطور التكنولوجى العاصف فى الادوات
الاتصالية ، وتزايد المنافسة بينها . وايضا ، نتيجة لتعقد الحياة
الاجتماعية ، وتباين المستويات الثقافية والاجتماعية للجمهور ،
وكذا لاختلاف درجات استعداده « لاستهلاك » المادة الاعلامية .
فى سياق هذه الملامح بدت الاذاعة كقوة ناجعة فى تقديم الانواع
الصحفية الاخبارية ، وظهرت الصحافة المكتوبة كقوة فاعلة فى
تقديم الانواع الفكرية .

لكن ، الواقع الجزائرى لم ينضج هذه الملامح . ويعتقد
البعض أن هذا يعود لصعوبة انتقال الوسائل الاعلامية الجزائرية
من صحافة نضال الى صحافة يومية اخبارية (10) لان هذه
الانتقال يتطلب وتيرة عمل مختلفة، وأساليب عمل جديدة، وسباقا
حيثا ، للاخبار . لكن هذا رأى يبرر هذا الواقع اكثر مما

يفسره . وذلك لانه يوحى بأن الضعف فى استخدام الانواع
الصحفية يتوقف على الانواع الاخبارية فقط . أى أننا ضعاف
فى الانواع الاكثر استخداما فى الجرائد الاخبارية ، وهذا لايقر
بضعفنا فى الانواع الصحفية الاخرى (خاصة الفكرية) . كما أن
هذا الرأى ينطلق من فرضية عدم تأثر صحافة الاستقلال
وصحافة جبهة التحرير الوطنى ابان الكفاح المسلح ، وصحافة
الحركة الوطنية الجزائرية بمجمل الممارسة الاعلامية فى الوطن
والتي يمتد عمرها الى اكثر من قرن .

— تنسب نقائص الاعلام الوطنى ، وضعف استخدامه
للانواع الصحفية الى نقص سيولة المعلومات ونقص تداولها .
وهذا يعود فى حد ذاته ، حسب اعتقاد البعض ، الى حقيقة
تاريخية تمثلت فى حرص هياكل الحرب التحريرية ، على احاطة
نشاطها بالسرية التامة . واحتفاظ هياكل الجزائر المستقلة بهذا
الارث . الشئ الذى جعلها تبالغ فى التكتم عن نشاطاتها وعن
معلوماتها . ونعتقد أن هذا الرأى لا يصمد كثيرا أمام وجهة نظر
الصحافيين الجزائريين الذين يشهدون على ان هذا التكتم مطبقا
عليهم فقط ، وليس على الصحافيين الاجانب (2) .

من قضايا الاعلام والاتصال

- 13 اتصال واحد وأغراض متعددة
الاذاعات الجديدة : منابر سياسية او محطات الترفيه ؟
37
51 ميكى : هل هذا الفار يدجن الاطفال ؟
63 الهزة التى أنتجت أزمة السينما
76 الوجه الخفى للاعلام
85 من ملامح المستقبل الثقافى
94 هل الماضى يأتى غدا ؟

الاعلام والمجتمع

- 105 جمهور وسائل الاعلام : من اين يبدأ الجواب ؟
113 مسألة العلاقة بين وسائل الاعلام و «الرأى العام»
141 مساورات الاتصال

النص الصحفى ولغته

- 149 حدود النص الصحفى
158 التلفزيون : اللغة التى تنص على تطبيق الاعلام

حول الممارسة الاعلامية في الجزائر

- 173 الخطاب الصحفى الاستعمارى في ظروف الازمة
193 من اين يأتى الخطر ؟
206 استخدام الانواع الصحفية في وسائل الاعلام الجزائرية

- 1) Yves Agnes, Jean Michel Croissadeau : Lire le journal
Edition FP Labies Année 1979 page 34
2 — أديب خضور : ادبيات الصحافة، مطبعة مداوى — دمشق 1986 ص 14
3) Swald du Grot Tzvetan Totorov : Dictionnaire encyclo-
pédique des sciences du langage - Edition le Seuil 1972
Page 193
4 — نصوص حول الانواع الصحفية : ترجمة الاستاذ لعياض نصر الدين —
معهد علوم الاعلام والاتصال — الجزائر — فيفري 1988 / على
الستانسيل / .
5 — سعيد الاقفاى — لغة الخبر الاعلامى — الاعلام العربى — تونس —
عدد ديسمبر 1983 .
6 — فيليب غايار : تقنية الصحافة — منشورات عويدات 1973 —
لبنان ص 67 .
7) OP cité page 34
8 — انظر الحديث الصحفى الذى ادلى به المدير العام لـ و. ا. ج. للمساء
في 1987/12/1 والذى اوضح فيه ان 30٪ من انتاج الوكالة قادم من
وكالات الانباء الاجنبية .. وان وكالة الانباء الجزائرية تنتج يوميا 150
برقية باللغة الفرنسية و 170 باللغة العربية .
9 — انظر ، على سبيل المثال ، الى القائمة غير الكاملة للحصص الثقافية
والاعلامية التى انتجتها النفقة الجزائرية ورفضت عرضها — جريدة
اريزون 3 نوفمبر 1988 .
10 — رضا مالك : الصحافة الجزائرية من 1965 الى ايامنا هذه — مجلة
الثقافة / الجزائر / سبتمبر — اكتوبر 1985 .
11 — انظر ، على سبيل المثال الى مصطلحى شلى : « مهنة الصحافة »
— الجزائر الاحداث — عدد 2 / 27 نوفمبر 1988 .

المؤسسة الجزائرية للطباعة
وحدة بن بولعيد
3، شارع خالد خلدون
الجزائر